

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O CORPO FEMININO NA ‘CULTURA DA
TRANSFORMAÇÃO’: UM ESTUDO DO PORTAL
MULHER.GLOBO.COM**

FERNANDA ALVARENGA BRAUNE

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O CORPO FEMININO NA ‘CULTURA DA
TRANSFORMAÇÃO’: UM ESTUDO DO PORTAL
MULHER.GLOBO.COM**

Monografia submetida à Banca de
Graduação como requisito para obtenção
do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

FERNANDA ALVARENGA BRAUNE

Orientadora: Profa. Dra. Marta de Araújo Pinheiro

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O corpo feminino na ‘cultura da transformação’: um estudo do portal mulher.globo.com**, elaborada por Fernanda Alvarenga Braune.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Marta de Araújo Pinheiro
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Escola de Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Ilana Strozenberg
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Escola de Comunicação -. UFRJ

Profa. Dra. Simone Perelson
Doutora em Psychopathologie Fondamentale et Psychanalyse/ Université Paris Diderot
Escola de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2014

FICHA CATALOGRÁFICA

BRAUNE, Fernanda Alvarenga.

O corpo feminino na ‘cultura da transformação’: um estudo do portal mulher.globo.com. Rio de Janeiro, 2014.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Marta de Araújo Pinheiro

AGRADECIMENTO

Primeiramente, eu gostaria de agradecer aos meus pais, Fernando Braune e Marcia Braune, e à minha irmã, Laura, pelo apoio incondicional em todos os momentos da minha vida. O amor de vocês é imprescindível.

Ao Justin Brackenrich por todo o apoio, dedicação, ombro amigo, carinho e por acreditar em mim, mesmo quando eu não acreditava.

Ao Bernardo, Gabryela e Raíssa por serem meus porto-seguros e por me mostrarem o verdadeiro sentido da amizade.

À Amanda, Ana Beatriz e Fabiana por terem feito dos meus anos na ECO os melhores da minha vida.

À minha orientadora Marta Pinheiro por me mostrar o caminho quando eu estava perdida.

A todos os meus professores, que fizeram de mim a pessoa e a profissional que sou hoje.

A toda a minha família e amigos por me ajudarem sempre que precisei.

BRAUNE, Fernanda Alvarenga. **O corpo feminino na ‘cultura da transformação’: um estudo do portal mulher.globo.com**. Orientadora: Marta de Araújo Pinheiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho pretende compreender como o corpo feminino é pensado na contemporaneidade. O objetivo é identificar a passagem do corpo moderno para o corpo contemporâneo e indicar como a mídia influenciou e ainda influencia os padrões de aparência da mulher. Para isso, entendendo que o corpo é também um produto cultural, foi feita uma revisão bibliográfica com historiadores e sociólogos que apontam como a concepção do corpo feminino foi sendo construída desde o século XIX até os dias atuais. Posteriormente, foi realizada uma breve história da imprensa feminina brasileira, focando no papel das revistas para divulgar um padrão corporal e, finalmente, é apresentado um estudo do “portal mulher.globo.com”, com o objetivo de verificar se nele existem ou não padrões comuns sobre como deveria ser o corpo feminino direcionado às mulheres leitoras. A pesquisa conclui que a mídia tem propagado um corpo de mulher jovem adulta magra, que deve se cuidar constantemente e manter em constante visibilidade os seus processos de transformação. O trabalho também demonstra que os meios de comunicação promovem a contínua insatisfação feminina com o corpo e influencia a mulher, através do discurso de especialistas, a estar sempre fazendo dietas, exercícios físicos e procedimentos estéticos.

SUMÁRIO

- 1. INTRODUÇÃO**
- 2. UMA BREVE HISTÓRIA DO CORPO FEMININO MODERNO**
 - 2.1** A ascensão do espaço privado e a “tirania da intimidade” no século XIX
 - 2.2** O corpo sexualizado
 - 2.3** Sexo por prazer e a nova dinâmica familiar
 - 2.4** A apropriação do corpo no século XX
- 3. A ‘CULTURA DA TRANSFORMAÇÃO’ NO SÉCULO XXI**
 - 3.1** Sistemas de controle de a “tirania da visibilidade”
 - 3.2** “Autópsias vivas” na “cultura da transformação”
- 4. CORPO FEMININO NA MÍDIA BRASILEIRA**
 - 4.1** Breve história da imprensa feminina no Brasil
 - 4.2** “Portal mulher.globo.com”
 - 4.2.1** Análise geral do portal
 - 4.2.2** Análise das matérias relacionadas ao corpo feminino
- 5. CONCLUSÃO**
- 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**
- 7. ANEXOS**

1. INTRODUÇÃO

Há algumas décadas é possível observar um interesse maior das pessoas pelas suas respectivas aparências. A cada dia que passa, a mídia divulga novas dietas, novos tipos de exercícios físicos e diferentes procedimentos estéticos, que podem ser tanto simples técnicas de depilação quanto elaboradas cirurgias plásticas. As pessoas estão recebendo uma quantidade muito grande de informação sobre esses assuntos e, muitas vezes, se automedicam, fazem dietas e exercitam o corpo por conta própria e, quando possível, também fazem procedimentos estéticos de fácil execução em casa.

Ao mesmo tempo que é positivo o indivíduo estar se informando mais sobre os cuidados com a saúde e a beleza, já que é importante que ele entenda do funcionamento do seu corpo para ajudá-lo a trabalhar melhor, em alguns sujeitos essa atenção à alimentação e ao físico é exagerada e acaba causando muitos transtornos, como não ter uma dieta balanceada, podendo acarretar falta de vitaminas e minerais no corpo, desfiguração da aparência, caso algum exercício seja mal feito durante um longo período de tempo ou algum procedimento estético seja mal aplicado, e até doenças emocionais, como a anorexia, a bulimia e a síndrome do pânico.

Ao pensar sobre esse cenário em que as pessoas, principalmente as mulheres, estão gastando muito dinheiro e muito tempo para transformar continuamente a própria aparência e ao assumir que o corpo é o lugar onde a subjetividade humana é inscrita, surgiu uma questão: de que forma o corpo feminino é compreendido na contemporaneidade?

A hipótese é que as pessoas estão em uma busca incessante por um corpo eternamente jovem, magro, constantemente cuidado, disciplinado e transformado. É importante ressaltar essa busca constante pela juventude, porque já é possível observar um novo padrão de envelhecimento na sociedade. Aquele modelo de idoso que se aposentava cedo, não praticava exercícios e passava boa parte do tempo em casa está acabando. Ao invés dele, pessoas com 60, 70 anos ainda estão no mercado de trabalho, têm frequentado cada vez mais as academias e estão cuidando de seus corpos para atenuar sua aparência envelhecida e diminuir o risco da morte.

Esse movimento das pessoas darem mais atenção à aparência para que se possa manter o corpo jovem pode ser observado de diversas maneiras. Uma delas é o número

de cirurgias plásticas feitas no Brasil. Em 2011, por exemplo, o país foi o segundo no mundo a realizar mais cirurgias plásticas, com 905.124 procedimentos desse tipo feitos somente naquele ano, segundo dados¹ disponibilizados pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Esse padrão de corpo é divulgado pela mídia, que alia os cuidados com o corpo e a beleza à saúde e pretende criar, com a legitimação de *experts* das áreas de saúde e beleza e de celebridades, uma nova consciência sobre o que é ser saudável, que está muito mais ligada à prevenção do que à doença em si.

Dessa forma, o objetivo desse trabalho é identificar a passagem do corpo feminino da modernidade para a contemporaneidade e indicar como a mídia, que apresenta um papel relevante na construção da opinião das pessoas, influenciou e continua influenciando o modo como é pensado o corpo da mulher.

Para tanto, primeiramente, este trabalho monográfico apresenta uma distinção entre o corpo feminino moderno e o contemporâneo. Essa estratégia foi adotada visto que é uma opção para se afastar do tempo presente e problematizar o ideal de aparência para a mulher.

Como nesta pesquisa foi privilegiado se conceber o corpo como sendo também uma construção cultural, foi feita uma revisão bibliográfica sobre como a concepção do corpo feminino está sendo construída na cultura ocidental desde o século XIX.

A bibliografia escolhida permitiu traçar essa trajetória do corpo moderno ao contemporâneo através de certos conceitos, como o do sociólogo Richard Sennett (*apud* SIBILIA, 2008) de “tirania da intimidade”, quando o sujeito moderno só conseguia desenvolver a sua personalidade na solidão de seus aposentos, escrevendo cartas ou diários íntimos, o de Paula Sibilia de “tirania da visibilidade”, quando o indivíduo contemporâneo desenvolve a sua subjetividade a partir de como ele aparece para o mundo e o da pesquisadora Meredith Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011) sobre a “cultura da transformação” (“*makeover culture*”), um momento da cultura ocidental em que se promove um estado de constante transformação através de esforços pessoais.

Dessa forma, foi importante identificar posteriormente a essa abordagem histórica do corpo feminino, o papel da mídia nessa construção dos padrões de aparência feminina ao longo dos últimos séculos. Para tanto, esta monografia se propôs

¹Disponível em: http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2012/11/sbcp_isaps.pdf Acesso em: 8/05/2014

a fazer uma breve história da imprensa feminina no Brasil, focando principalmente no modo como as revistas tiveram um papel muito importante na construção desse padrão de corpo.

Como o argumento teórico requer uma exploração empírica, será apresentada uma análise do “portal mulher.globo.com” para mostrar que, na contemporaneidade, novas formas de narrar e dar sentido a esse corpo vêm emergindo.

O objetivo da pesquisa neste portal foi verificar se nele existem ou não padrões comuns sobre como deveria ser o corpo feminino direcionados às mulheres leitoras e, se existirem, quais seriam eles.

O “portal mulher.globo.com” foi selecionado por ser dedicado exclusivamente à mulher brasileira, apresentando conteúdo de diversos sites das Organizações Globo, dessa forma permitindo uma amostragem mais ampla do que um só veículo de comunicação. Além disso, o portal é dividido nas categorias *cuide-se*, *testes*, *realize-se*, *horóscopo*, *inspire-se* e *famosos*. É interessante observar que metade dessas categorias está no modo imperativo, estimulando a mulher contemporânea a se cuidar, se realizar e se inspirar. Assim, é importante ressaltar que o portal apresentou uma “curadoria” para selecionar quais matérias dos sites das Organizações Globo ajudariam as mulheres a praticar essas atividades.

Ademais, o “mulher.globo.com” fica hospedado no portal de notícias globo.com, que, de acordo com dados² de março deste ano, é um dos sites mais vistos do país, com mais de 1 bilhão de páginas acessadas mensalmente, sendo que 46% desses acessos são feitos por mulheres.

Infelizmente, o “mulher.globo.com” saiu do ar na última semana de março deste ano. Depois de muitas tentativas de contato para saber o motivo pelo qual o portal acabou, o gerente de arquitetura de informação do globo.com, Moisés Ribeiro, afirmou que não poderia disponibilizar essa informação, pois ela é confidencial à empresa.

Apesar disso, a avaliação da página não foi comprometida. Foram analisadas 27 matérias de nove sites diferentes entre os dias 20 de março e 24 de março de 2014, sendo que este período de análise foi selecionado aleatoriamente. Os textos, em sua maioria utilizando exemplos de celebridades, tratam de temas relacionados à dietética, exercícios físicos e procedimentos estéticos e estavam hospedados ou na categoria

²Disponível em: <http://anuncie.globo.com/redeglobo/sites/home.html> Acesso em: 08/05/2014

destaque ou na categoria *cuide-se*, sendo que oito ficaram na subcategoria *moda e estilo* e dez na subcategoria *beleza e saúde*.

Após a análise do portal e do levantamento bibliográfico, pode-se chegar à conclusão de que se o corpo no século XIX era sexuado e nas décadas de 60 e 80 era autoexplorado e performático, respectivamente, no século XXI ele é transformável. O “mulher.globo.com” apresenta para qualquer mulher que seja, independentemente da idade, um padrão de corpo jovem que está sempre se inspirando no modo como as celebridades aparecem nas redes sociais e na rua. Essas mulheres famosas, que outrora eram consideradas ícones de beleza inatingível, hoje são apenas exemplos a serem seguidos para conseguir um determinado corpo. Esses padrões mudam várias vezes já que o importante é sempre buscar a melhor performance e, por isso, estar em constante transformação. Através de adjetivos como “barriga sarada” e “abdômen seco” e apontando os “defeitos” das mulheres mais velhas, as matérias mostram como o corpo feminino deve ser, enfatizando também a fala do especialista, seja ele um médico, um educador físico ou um nutricionista, muitas vezes em detrimento da fala do repórter, para dar credibilidade à informação disponibilizada.

2. UMA BREVE HISTÓRIA DO CORPO FEMININO MODERNO

O século XIX inaugurou uma forma do indivíduo se relacionar consigo mesmo nos espaços público e privado. Nos anos anteriores, as subjetividades eram construídas a partir das máscaras que as pessoas “vestiam” no espaço público, como ressaltou o pesquisador norte-americano Richard Sennett, que chamou esse movimento de “regime da máscara” (*apud* SIBILIA, 2008). Porém, o século XIX, em contraposição ao século anterior, será o período em que o *eu* é delineado dentro de casa, na solidão do quarto e na companhia dos diários íntimos.

Essa introspecção do indivíduo vai influenciar o modo como ele se apropria de seu corpo e desenvolve sua sexualidade, um assunto que será pautado constantemente pelas pesquisas médicas. À medida que o corpo, principalmente o feminino, que sempre foi muito misterioso, até para os médicos, devido as suas alterações e oscilações, vai se tornando mais conhecido, ele inicia um movimento de desvelar-se.

As descobertas científicas sobre o sexo e o funcionamento orgânico do ser humano foram modificando paulatinamente o modo como as pessoas se relacionam, principalmente na dinâmica familiar, que foi saindo da clausura do espaço privado e ganhando mais flexibilidade à medida que começou a receber influências externas.

Do casamento arranjado à união amorosa, as pessoas tiveram que desenvolver novas formas de conquistas, utilizando o corpo, muitas vezes, como pilar de sedução. Desta forma, ele passou a receber uma atenção nunca antes disponibilizada e o indivíduo, em um movimento de posse e controle, começou a ter que atender a uma nova demanda para autogerir a própria aparência.

Assim, este capítulo fala sobre como esse processo de criação da subjetividade a partir da introspecção vai influenciar uma nova abordagem do indivíduo sobre sua sexualidade, intervindo na dinâmica familiar, até chegar a um ponto em que a construção da subjetividade é realizada através da exibição do corpo e não mais a partir de sua clausura.

Essa breve história do corpo moderno será realizada para que se possa, posteriormente, compreender o corpo na contemporaneidade. Essa é uma forma de se afastar do tempo presente e ver a sua diferença na história, permitindo futuramente a identificação do corpo feminino no século XXI.

Dessa forma, será feita uma revisão bibliográfica dessa história cultural do corpo para que seja possível contrapor dois momentos distinguidos muito bem no trabalho de Sibilia (2008): a moderna “tirania da intimidade” e a contemporânea “tirania da visibilidade”. Posteriormente, também será feito um detalhamento sobre um movimento contemporâneo identificado pela pesquisadora Meredith Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011) como “cultura da transformação”, quando o corpo é utilizado como uma plataforma para modificações ou atualizações, dependendo da demanda do momento.

2.1 A ascensão do espaço privado e a “tirania da intimidade” no século XIX

A Europa oitocentista passou por mudanças sociopolíticas que reconfiguraram os espaços públicos e privados, criando normas de conduta para se portar nesses ambientes e influenciando o indivíduo a se relacionar de uma forma diferente consigo mesmo.

“O sentimento de identidade individual acentua-se e difunde-se amplamente ao longo de todo o século XIX” (CORBIN In: PERROT, 2009, p. 392), sendo estimulado por uma nova demanda social contextualizada em um sistema político em adaptação, em um espaço urbano cada vez maior e um discurso religioso enfraquecido dando lugar a uma medicalização da alma e do corpo.

A Revolução Francesa no final do século XVIII será um dos fatores determinantes para essa nova demarcação dos espaços sociais (PERROT In: PERROT, 2009). Suprimindo a influência das comunidades do Antigo Regime, como a Igreja, as corporações, a nobreza, a comunidade de aldeia e o clã familiar, a República francesa definiu “simultaneamente um novo espaço para o indivíduo e seus direitos privados”, afirmou a historiadora Lynn Hunt (In: PERROT, 2009, p. 28), acrescentando que esse novo modo de governo desenvolveu o espaço público e politizou a vida cotidiana, “preparando o movimento romântico do indivíduo sobre si mesmo e da dedicação à família, num espaço doméstico determinado com mais precisão” (p. 19).

Paula Sibilia (2008) explica que o lar passou a ser encarado como uma contraposição ao espaço urbano e considerado o único ambiente para que a subjetividade do indivíduo pudesse florescer no século XIX, ou seja, era somente dentro de casa que a pessoa podia ser ela mesma. A solidão, muito temida na Idade Média, passou a ser um objeto de desejo da época.

Apenas entre essas quatro paredes próprias era possível desdobrar um conjunto de prazeres até então inéditos e agora vitais, ao resguardo dos olhos intrusos e sob o império austero do decoro burguês. Somente neste espaço era possível desfrutar do deleite – e do árduo labor – de estar consigo mesmo. (SIBILIA, 2008, p. 63)

Essa nova demanda burguesa pela intimidade e o isolamento se refletiu na construção e nas reformas das casas (HALL In: PERROT, 2009). Os espaços internos das residências passaram a ser bem delimitados. As dependências dos empregados ficavam no último andar e muitas casas tinham dependências destinadas exclusivamente à família e / ou cômodos que eram utilizados somente por homens e outros por mulheres. Os quartos dos filhos ficavam perto dos cômodos dos pais, mas não se podia misturar os sexos. Os quartos dos rapazes geralmente davam para um corredor separado do utilizado pelas moças e cada cômodo só podia acolher uma, no máximo duas pessoas.

O historiador Alain Corbin também vai ressaltar a importância dos quartos para o desenvolvimento do *ser* oitocentista ao dizer que “o quarto de uma moça, transformado em templo de sua vida privada, enche-se de símbolos; confunde-se com a personalidade da ocupante, prova de sua autonomia” (In: PERROT, 2009, p. 411).

Esse cenário privado era onde transcorria a intimidade, muitas vezes exteriorizada nos relatos de si, representados pelas cartas e os diários (SIBILIA, 2008). Estes, particularmente, eram repositórios de confissões, culpas, fracassos, sentimentos sufocantes, desejos escondidos (CORBIN In: PERROT, 2009) e eram precisamente os objetos em que se desenvolvia o que Richard Sennett chamou de “regime da autenticidade” (*apud* SIBILIA, 2008), em contraposição ao “regime da máscara” do século anterior.

Por volta de 1700, a esfera pública estava supervalorizada nas grandes metrópoles como Londres e Paris, onde as convenções e a teatralização eram primordiais nos contatos sociais impessoais. Aos poucos, as máscaras sociais não conseguiam mais cumprir a sua função e se tornaram símbolos de mentira e fingimento, deixando os indivíduos desprotegidos no espaço urbano.

A personalidade oitocentista era vivenciada como um tesouro altamente expressivo, que precisava ser controlado e dissimulado no ambiente público. O *eu* que surgia era “interiorizado e opulento, excessivamente significante” (SIBILIA, 2008,

p.60), que não comportava mais usar uma máscara para se relacionar com pessoas estranhas.

Assim, foram construídas o que Sennett (*apud* SIBILIA, 2008) chamou de “tirantias da intimidade”, uma espécie de obrigatoriedade de estar em constante contato com a própria subjetividade, compreendendo “tanto uma atitude de passividade e indiferença em relação aos assuntos públicos quanto uma crescente concentração no espaço privado e nos conflitos íntimos” (2008, p. 61). Nesse contexto, os atos dos indivíduos são desvalorizados, dando lugar a uma atenção maior à personalidade e à emoção, àquilo que se é.

Sibilia chama a atenção para a transição dos gêneros confessionais da sinceridade para a autenticidade nos relatos de si. Segundo ela, cada vez mais que o indivíduo se questionava, mais zonas obscuras apareciam em seu caminho, dificultando o uso da sinceridade nesses relatos. A subjetividade daquela época era mais “contraditória, descentrada e fragmentada, que apesar de todos os esforços de autoconhecimento, renuncia às pretensões de ser sincero acerca de quem se é” (p. 105). Então, em vez da franqueza, as pessoas preferiram ser fiéis aos seus sentimentos, resguardados no espaço privado.

Mas não foi só a interioridade que chamou a atenção do indivíduo neste período. A percepção corporal, principalmente a feminina, muito ligada à religião, vai ser modificada à medida que a sociedade busca o controle da sexualidade através da medicina.

2.2 O corpo sexualizado

Ainda sob grande influência da Igreja, a sociedade oitocentista entendia que era a alma que modelava o corpo e os espíritos, não sua condição biológica. Os instintos humanos impediam a elevação espiritual, o que justificava a guerra travada contra os desejos, os impulsos orgânicos (CORBIN In: PERROT, 2009). Aos poucos, porém, esse corpo humano passa a ser percebido materialmente e começa a ser relacionado ao sujeito que observa, pensa e conhece.

Assim, o próprio corpo se impôs como uma espécie de interferência carnal, que não apenas complicava a relação do sujeito com o mundo gerando ruído entre um e outro, mas além disso era capaz de produzir ele próprio certas

imagens [...] em vez de captá-las do mundo observado (SIBILIA, 2008, p. 102)

A mudança de percepção corporal feminina, por exemplo, foi estimulada por alguns fatores, dentre eles a popularização dos espelhos e dos retratos (CORBIN In: PERROT, 2009). No início do século XIX, apenas os barbeiros do meio rural tinham um espelho para mirar a imagem masculina. Os mascates vendiam estes utensílios em tamanho bem reduzido para as mulheres, mas no geral a imagem que se tinha de si era o olhar do outro.

No meio burguês, será proibido durante muito tempo que a jovem mulher se veja nua, sendo até a água da banheira turva para que não se observasse com muita atenção as partes do corpo. No final do século, porém, o espelho estará mais difundido, criando uma nova identidade cultural.

Já o retrato fará com que o indivíduo reconheça a si mesmo na imagem observada, que demonstra a sua existência e registra a sua lembrança. É, portanto, com o advento da fotografia que o retrato será democratizado e a reprodução em série da própria imagem estará ao alcance do homem. O álbum de família vai apresentar a ideia de genealogia e tempo. Através da imagem do seu próprio corpo, as pessoas vão começar a pensar sobre as fases da vida e a sua própria desapareição. “Milhões de retratos fotográficos difundidos e cuidadosamente inseridos em álbuns impõem normas gestuais que renovam a cena privada; ensinam a olhar com novos olhos para o corpo” (CORBIN In: PERROT, 2009, p. 397).

Começará a ser estabelecida uma relação entre o orgânico, o social e o mental. Assim nasce uma percepção do corpo e seus instintos, ressalta Corbin, explicando que os indivíduos passaram a escutar melhor o próprio corpo e a observar como o tempo e o clima influenciavam suas funções orgânicas e qual o efeito desse organismo nas emoções.

Porém, muito mais do que hoje, o corpo no século XIX, tanto o feminino quanto o masculino, era misterioso, incompreendido e temido. O movimento de desvelamento é acompanhado do pudor e da vergonha, que exprimiam o medo de ver o corpo do outro e de que os segredos íntimos fossem revelados por meio da indiscrição. “O primeiro sentimento dá lugar à contenção, ou seja, a preocupação de evitar qualquer manifestação

orgânica suscetível de recordar que o corpo existe. [...] Do segundo sentimento deriva, por exemplo, a recusa do espetáculo.” (CORBIN In: PERROT, 2009, p. 419)

O que não pode ser controlado é renegado à inexistência e ao silêncio. O estímulo à falta de sexualidade nas crianças, por exemplo, foi um bom motivo para bloqueá-lo, proibir-se de falar sobre o assunto, fechar os olhos e tampar os ouvidos para onde quer que o sexo venha a se manifestar.

Isso seria próprio da repressão e é o que a distingue das interdições mantidas pela simples lei penal: a repressão funciona, decerto, como condenação ao desaparecimento, mas também como injunção ao silêncio, afirmação de inexistência e, consequentemente, constatação de que, em tudo isso, não há nada para dizer, nem para ver, nem para saber (FOUCAULT, 1977, p. 10)

Em *A História da Sexualidade I* (1977), Foucault parte da hipótese repressiva da sexualidade para mostrar que existe um mecanismo maior, no qual a repressão apenas é um dos processos, que produz efetivamente positivities em que “a colocação do sexo em discurso”, em vez de sofrer um processo de restrição, foi, ao contrário, submetida a um mecanismo de crescente incitação” (FOUCAULT, 1977, p. 17)

Segundo ele, a Idade da Repressão começou no século XVII com o início do capitalismo e da burguesia (p.11). Em uma época em que a força de trabalho é tão valorizada e intensa não é certo se distrair com os prazeres, por isso, eles são reduzidos ao máximo.

O puritanismo moderno teria imposto interdição, inexistência e mutismo à sexualidade da época, renegada aos ambientes privados e “confiscada” pela família, pelo marido e pela mulher, que a colocaram no lugar de reprodução. O lar, particularmente o quarto do casal, é o único lugar para a sexualidade.

Essa moral que incidia sobre a sexualidade, restringindo-a e, algumas vezes, colocando imperativos insuportáveis, é o que Freud vai chamar de o mal-estar da modernidade (BIRMAN, 2012).

Porém, a possibilidade de uma sexualidade bestial, popular e livre vai estimular a tentação à fuga social (CORBIN In: PERROT, 2009), à medida que só se pode liberar da repressão através da transgressão ou da mudança de mecanismo de poder (FOUCAULT, 1977).

Se a repressão estipula o silêncio, a transgressão é cometida até na hora de falar sobre sexo e sobre a própria repressão, no que Foucault chama de “o benefício do locutor”. “Quem emprega essa linguagem coloca-se, até certo ponto, fora do alcance do

poder; desordena a lei; antecipa, por menor que seja, a liberdade futura.” (FOUCAULT, 1977, p. 12)

Esse discurso sobre a repressão sexual se mantém, segundo o filósofo francês, por causa de um “medo do ridículo” ou por causa de um “amargor da história”, que impedem às pessoas vincular revolução e felicidade, revolução e prazer, “falar contra os poderes, dizer a verdade e prometer o gozo; vincular a iluminação, a liberação e a multiplicação de volúpias, empregar um discurso onde confluem o ardor do saber, a vontade de mudar a lei e o esperado jardim das delícias.” (FOUCAULT, 1977, p. 12-13)

O sexo, diz Foucault, é como se fosse a revelação da verdade, a inversão da lei do mundo e a promessa de uma certa felicidade, substituindo de certa forma a religiosidade em forma de pregação.

A ideia de que ele não era reprimido, ou melhor, de que não existia uma relação entre a sexualidade e o poder no século XIX é acompanhada de um discurso sobre a verdade do sexo, que subverte a lei que o rege e modifica o seu futuro. “O enunciado da opressão e a forma de pregação referem-se mutuamente; reforçam-se reciprocamente.” (FOUCAULT, 1977, p. 13)

A repressão sexual estava muito ligada a antigos mitos sobre a sexualidade, principalmente a feminina. Michelle Perrot (2013) vai dizer que a representação dessa sexualidade oscila em dois polos: a avidez e a frigidez. Avidez, porque existia o medo da mulher insaciável, que faz com que o homem se esgote, perca suas forças e beire a impotência. Esse temor do poço sem fundo feminino é a origem de grande parte do fiasco dos homens durante os atos sexuais na época. Ao mesmo tempo, existia a ideia de que as mulheres não sentiam prazer e que não desejavam o ato sexual, o que justificava a procura de prostitutas, mulheres sedutoras das casas de má fama para remediar a “miséria sexual” do século XIX.

A burguesia oitocentista, querendo controlar a sexualidade feminina e infantil, transformou o sexo em objeto de estudo, cujas análises possuíam um cunho moralizante e estavam focadas naquilo que ameaçava a normalidade da sexualidade, como o onanismo, doenças venéreas e aberrações sexuais (SOHN In: COURTINE, 2011). É no final do século que médicos e psiquiatras se juntam para fundar a primeira “ciência sexual”, que se preocupa não mais com o pecado, mas com a dualidade normalidade /

anormalidade. Na Europa e nos Estados Unidos, várias organizações, escolas, associações e institutos são criados para tratar do tema.

Ao mesmo tempo em que a sociedade oitocentista viu surgir uma discussão cada vez maior sobre a sexualidade, ela também presenciou o estabelecimento de um “novo jogo amoroso” entre homens e mulheres. O flerte entre os mais jovens, que foram desenvolvendo técnicas sutis de sedução, fez com que, em muitos casos, a noite de núpcias não fosse tão estranha para os recém-casados, pois, graças aos avanços no conhecimento médico, já não pesava o mesmo tabu sobre o prazer feminino. “Um novo entendimento pode estabelecer-se entre uma moça mais bem informada e um rapaz mais preocupado com o prazer de sua parceira; um prazer comum pode substituir o assalto egoísta” (CORBIN In: PERROT, 2009, p. 511-512)

À medida que esse novo tipo de relacionamento que estava se consolidando, diz Corbin, foram desenvolvidas espécies de cartilhas sobre educação sexual para as mulheres como uma forma de estimular o conhecimento sobre o corpo e o orgasmo feminino e diminuir as taxas de adultério.

Por volta de meados do século, os médicos começaram a observar que seus clientes estavam usando técnicas contraceptivas. O coito interrompido é a mais utilizada, mas eles também registraram a prática do sexo oral, anal e aborto, em muitos casos.

2.3 Sexo por prazer e a nova dinâmica familiar

Essa combinação de uso de técnicas contraceptivas aliado a um desgaste progressivo do pudor, que possibilitou o desvelamento público do corpo feminino, impactou substancialmente o espaço privado. A nudez começou, aos poucos, a fazer parte da vida íntima do casal, cuja relação sexual foi paulatinamente sendo desligada da ideia da reprodução para dar lugar a uma atividade prazerosa, como ressaltou a historiadora Anne-Marie Sohn ao dizer que “o século XX também efetuou uma inaudita mutação no que tange à história da sexualidade: a dissociação definitiva entre sexualidade e reprodução” (In: COURTINE, 2011, p. 135).

Segundo Sohn, o desvelamento gradual do corpo, principalmente feminino, podia ser notado tanto na moda quanto nos lugares optados para as famílias passarem as férias.

Na moda, ela cita a evolução da lingerie, que passou do espartilho ao sutiã, a adoção dos shorts para fazer caminhadas e o uso do maiô nas praias, que se tornaram o lugar preferido das famílias da década de 1930 para se passar as férias, pois representavam um lugar de ócio e prazer, um bom destino para fugir da rotina agitada na cidade.

As esposas mais recatadas, no entanto, não gostam de exibir o corpo em um ambiente muito iluminado, em parte por um resto de pudor e, fato novo, pelo receio de não poder mostrar uma plástica impecável. Desde então, com efeito, que homens e mulheres não podem mais trapacear com o corpo, os cânones da beleza física se mostram muito exigentes. A partir da *Belle Époque*³, o modelo do homem e da mulher magros e longilíneos predomina. Com a nudez do verão, é necessário ainda por cima exibir músculos firmes. O recuo do pudor implica assim um novo trabalho sobre o corpo entre musculação e dietética incipiente. (SOHN In: COURTINE, 2011, p. 111)

Essa atenção e cuidado com o corpo sexuado também será estimulada por uma popularização dos filmes pornô nos anos 30, ressalta Sohn. Se o beijo na boca ainda em 1881 era crime de atentado ao pudor, já em 1920 ele era obrigatoriamente uma expressão da paixão. A masturbação, “embora desordenada, alternando tenazes resistências, remorsos e contradições” (In: COURTINE, 2011, p. 134), também evoluiu em três décadas da categoria de vício perigoso para uma prática de adolescente sem grandes inconvenientes e que deveria ser banalizada para não fazer com que ele sentisse culpa e vergonha.

Então, filmes e cartazes mostrando beijos ardentes e nudez passaram a ser mais aceitos à medida que o corpo começou também a ser comercializado. A transmissão desses filmes foi popularizada e apresentou uma profunda ruptura nas relações sexuais, afirmou Sohn. Pela primeira vez o ato sexual é mostrado sem sentimentos, de forma estereotipada por profissionais e os órgãos sexuais são focalizados. O cinema pornô começou a ser consumido massivamente, posições e comportamentos antes audaciosos passam a ser obrigatórios. A pornografia não é mais transgressiva nem escondida, ela vira referência e influencia a publicidade, os títulos e conteúdo das matérias de revistas femininas, popularizando uma linguagem sexual até então reprimida.

³Grifo da autora

O que é possível observar nessa época é não só uma flexibilidade em relação aos padrões estabelecidos de relação sexual, mas também uma nova dinâmica familiar que também vai influenciar o relacionamento do casal, que não está mais estruturado naquela forma do século XIX, quando os homens saíam para trabalhar e as mulheres, principalmente da classe operária, ficavam em casa cumprindo as obrigações de ter e criar o maior número de filhos possíveis, atender à família com serviços do lar, que incluíam pesquisar preços de alimentos, preparar as refeições – inclusive a marmita do marido que ia trabalhar longe – buscar água, acender o fogo, cuidar da casa e das roupas de cama e banho e ainda, se necessário, trabalhar com faxinas e lavagem de roupas para aumentar a renda familiar (PERROT, 2009).

Como evidencia Prost (In: PROST & VINCENT, 2009), já na metade do século XX, a figura da dona de casa é mal vista, pois o trabalho assalariado vira sinônimo de dignidade e instaura uma relação de patrão e empregado entre marido e mulher.

Essa divisão entre trabalho e lar tirou da família as suas “funções públicas”, restando apenas as suas “funções privadas”, afirma o historiador. Acontece uma desinstitucionalização da família, enfraquecendo-a e tornando-a, muitas vezes, informal. Surge a vida privada do indivíduo e não é à toa que muitas pessoas passam a morar sozinhas, unificando essa vida privada familiar e individual.

O processo de individualização do sujeito e de desinstitucionalização da família aconteceu também em função de uma obrigatoriedade escolar. Se no século XIX e início do século XX as crianças ficavam em casa aprendendo com o pai como deveriam gerir o negócio da família, em meados do século XX elas devem ir para a escola e depois para uma instituição de ensino superior.

Como a vida da criança passa a girar em torno das obrigações escolares, a família repassa para o colégio o dever de ensinar a viver em sociedade e a respeitar as regras que permitem conviver com todas as pessoas, descreve Antoine Prost (In: PROST & VINCENT, 2009).

As amizades extrafamiliares, ressalta ele, começam a ser valorizadas e as pessoas cada vez mais interagem entre si fora de casa, transformando espaços públicos em espaços privados sem obrigatoriedades e vigilâncias.

Essas novas demandas sociais tiram o peso da família e modificam a relação entre seus membros. Nesse mesmo contexto em que o sexo é associado ao prazer e não

somente à reprodução, o matrimônio passa de obrigação à consequência do amor. “Nestas circunstâncias, sexualidade e casamento vão progressivamente divergir. O concubinato se torna, assim, a partir da década de 70, o modo de entrada na vida do casal” (SOHN In: COURTINE, 2011, p. 144).

Porém, Sohn ressalta que o casamento por amor fez surgir uma nova demanda entre os casais, a sedução. Se no século XIX eram as famílias que escolhiam os cônjuges e produziam o casamento, no século seguinte, homens e mulheres tiveram que encontrar sozinhos os próprios parceiros e, para isso, tiveram que aprender a jogar com seus atributos pessoais, “entre eles, o primeiro de todos: o físico”.

2.4 A apropriação do corpo no século XX

Para satisfazer a essa nova demanda da conquista, o corpo, tanto feminino quanto masculino, do século XX ficará subjugado a incertezas propagadas por um tríplice regime, cosmético, dietético e plástico, alimentado por uma crescente inovação tecnológica. (ORY In: COURTINE, 2011).

Pascal Ory vai dizer que o século XX assistiu a uma modernização das técnicas de tratamento da pele, principalmente das mãos e do rosto, ao mesmo tempo em que a medicina também evoluiu nos conhecimentos sobre a derme e a epiderme, possibilitando o desenvolvimento de produtos específicos para cada tipo de pele.

Essa modernização da beleza corresponde a uma nova demanda pela mudança dos critérios do belo e do sadio, segundo ele, que ressalta que esses novos padrões vão promover uma luta contra o envelhecimento, atenuando, retardando ou eliminando rugas, manchas e outros sinais de decrepitude.

Esses novos conceitos de belo e sadio serão propagados pelas redes de empresas especificamente dedicadas ao tratamento da beleza, “desde a sua produção até a comercialização”. Até a década de 70 são as empresas francesas e estadunidenses que dominam o setor, sendo a Poiret e a Chanel, da costura e do perfume, que ditam as tendências do século.

Além da pele, os cabelos também serão alvo de uma associação predominantemente entre a higiene e a saúde. Na Alemanha, é a empresa Schwarzkopf, fundada em 1898, que vai espalhar por toda a Europa o que os ingleses chamaram de

shampooing para limpar os fios. Já na década de 1920, o império L’Oreal começa a se articular em torno da associação de produtos de beleza e de saúde (ORY In: COURTINE, 2011).

Se no século XIX e início do XX a medicina buscava um conhecimento cada vez mais profundo dos componentes físicos e químicos, a segunda metade do século XX vê ressurgir um discurso nutricional autônomo, “a partir de uma normalização das iniciativas atípicas das ‘medicinas naturais’ de seus primórdios”, de origem predominantemente germânica. É nessa época que nasce a nutrição moderna baseada em discursos sobre os benefícios das vitaminas, ressalta Ory.

Esse movimento ganhou bastante impulso no Ocidente, onde a nutrição se profissionalizou, sancionada por um diploma. O contínuo sucesso das dietas “comprovam um procura em larga escala, jamais cansada, senão sempre satisfeita” (ORY In: COURTINE, 2011, p. 164), estimulando uma tendência à ansiedade, obsessão e até à anorexia, num processo que, à medida que se obtém mais conhecimento biológico, ele fica mais sofisticado, “como o comprova a passagem da temática da ‘celulite’ à do ‘colesterol’, depois à da distinção entre o colesterol ‘bom’ e ‘mau’” (ORY In: COURTINE, 2011, 164).

Esse saber dietético é difundido ao mesmo tempo em que a população mundial, principalmente no Ocidente, começa a se preocupar com os altos níveis de obesidade. Em uma sociedade onde a fome e a pobreza diminuíram, as pessoas começam a se distinguir pela silhueta, as classes média e rica, por possuírem uma condição financeira melhor, são mais magras, à medida que as redes de *fast food* chegam ao mercado trazendo rapidez e um preço acessível às camadas mais pobres.

O começo de popularização desse novo saber dietético, perceptível com a chegada das rubricas *ad hoc* nas revistas femininas, corresponde ao apogeu do modelo da magreza extrema, [...] apoiado por um discurso médico melhor equipado para estabelecer o nexo entre o que se torna, em termos eufêmicos, ‘sobrecarga ponderal’ e doença, particularmente vascular. Em sua forma extrema, essa iniciativa dietética vai culminar, para um número sempre maior de pacientes, tanto homens quanto mulheres, em um recurso à manipulação física [...] ou mesmo em um ato estritamente cirúrgico, convergindo aí o domínio, agora muito amplo e típico do século XX, da cirurgia plástica. (ORY In: COURTINE, 2011, p. 165)

Ory propõe que uma das principais razões para o surgimento da cirurgia plástica estética foi o desnudamento do corpo feminino. Esse tipo de procedimento cirúrgico surgiu na Primeira Guerra Mundial para reabilitar as pessoas feridas. Após a Segunda

Guerra, os cirurgiões procuraram nos civis o seu público. Somado a isso, o desenvolvimento da indústria de material plástico nos Estados Unidos e o individualismo conquistador e espetacular propagados por esse país, as pessoas passaram a dispor dos meios práticos para satisfazer dois sonhos antigos de dominação: o da conformidade com os cânones da beleza, principalmente no que tem a ver com os atributos sexuais, e a luta contra o envelhecimento.

“A tecnologia, entretanto profundamente perturbadora em si, [...] só ganha todo o seu sentido como vetor de uma nova representação do sujeito” (ORY In: COURTINE, 2011, p. 168), que está bastante envolvido em um processo de individualização, pondo-se no centro do universo de uma sociedade onde as pessoas, objetos e sujeitos de uma economia do entretenimento e da cultura do corpo, buscam a sua autonomia.

Cada qual tem a sensação de estar agindo à sua maneira, com toda a autonomia, e dessas decisões soberanas resulta o surgimento de um mercado cada vez maior para produtos feitos em série. Os gostos e as modas se uniformizam, enquanto cada qual julga que está se personalizando mais. A ilusão de independência alimenta o conformismo (PROST In: PROST & VINCENT, 2009, p. 130)

Essa apropriação do corpo muda a relação da pessoa consigo mesma. Em muitas atividades, ele passa a ser o fim e o meio. No final do século XX, as atividades físicas têm como finalidade o próprio corpo, sua aparência, seu bem-estar, sua realização. É importante notar que tanto as mulheres quanto os homens estão sendo influenciados por essa nova dinâmica.

O corpo se tornou o lugar da identidade pessoal, sendo plenamente habitado por seu dono. As preocupações com os pensamentos, sonhos e sentimentos foram deslocadas para ele, afirma Prost. “Mais do que as identidades sociais, máscaras ou personagens adotadas, mais até mesmo do que as ideias e convicções, frágeis e manipuladas, o corpo é a própria realidade da pessoa. Portanto, já não existe vida privada que não suponha o corpo” (PROST In: PROST & VINCENT, 2009, p. 90).

À medida que o corpo começa a receber cuidados e que a subjetividade do indivíduo é influenciada pela sua aparência, a velhice passa a ser encarada como uma ameaça para a saúde do corpo e sua performance. Segundo Prost, homens e mulheres têm buscado prorrogar a juventude através de uma reformulação na dieta, na prática de exercícios físicos e se submetendo a procedimentos estéticos.

Então, se no século XIX, quando a sexualidade estava sendo amplamente estudada pela comunidade científica, o corpo era sexuado, ao longo do século seguinte, especificamente a partir de 1960, ele será autoexplorado, ou seja, o indivíduo, principalmente a mulher, influenciada pelo feminismo, estava em um movimento de conhecer o próprio corpo, se tocar, compreender suas reações.

Da autoexploração, o corpo passa a ser performático a partir dos anos 80, suprimindo uma demanda pela construção de um indivíduo fisicamente competente e que cuida da própria aparência.

O próximo capítulo trata sobre a percepção do corpo feminino no século XXI, que está assistindo ao surgimento, principalmente no Ocidente, do que a pesquisadora Meredith Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011) chamou de “cultura da transformação”, quando o corpo é constantemente modificado e atualizado para algo que se acredita ser melhor.

Juntamente a essa “cultura da transformação”, o século XXI também está passando pelo que Sibilia (2008) chamou de “tirania da visibilidade”. Se há dois séculos existia uma “tirania da intimidade”, quando o indivíduo deveria suprir uma demanda para trabalhar sua subjetividade na solidão dos espaços privados, atualmente o indivíduo tem a construção da sua subjetividade influenciada pelo modo como ele aparece no espaço online e em como as pessoas vão reagir a essa imagem, ou seja, ele tem que estar o tempo todo visível.

A “cultura da transformação” corporal e a “tirania da visibilidade” estão ligadas à medida que a construção da subjetividade contemporânea é influenciada pelas atualizações do corpo, que, por sua vez, dependem do modo como ele deve ser exposto nas redes sociais do espaço online.

3. A ‘CULTURA DA TRANSFORMAÇÃO’ NO SÉCULO XXI

O contexto pós-moderno marcado pela falta de linearidade do progresso e as crises dos grandes projetos sociopolíticos modernos e do próprio sentido de história está sendo amplamente debatido nas últimas duas décadas (SIBILIA, 2008). É como se o caminho passado-presente-futuro não existisse mais nesta nova circunstância sociopolítica. O futuro, que era almejado pelo passado e o presente como “um resultado buscado e construído” (SIBILIA, 2008, p. 117) e idealizado como revolução e progresso, é hoje temido e “bloqueado”, já que o desconhecimento inerente a ele é temido e mantido sob controle através de tecnologias, como a internet e os aparelhos móveis. Como diz Paula Sibilia em *O show do eu*, a eterna permanência do presente é uma equivalência quase total deste tempo com o futuro.

Ela ainda ressalta que as próprias tecnologias digitais estão ajudando a modificar essa percepção temporal, já que com a internet e os aparelhos móveis as pessoas passaram a interagir umas com as outras instantaneamente, sem depender do lugar onde elas estão. Dessa forma, possuir um perfil em uma rede social para comunicar mais rapidamente o que se está fazendo virou uma obrigação, chamada por Sibilia de “tirania da visibilidade”. Essas redes sociais são os diários contemporâneos.

Já que o indivíduo agora deve manter e atualizar a sua exibição continuamente, seja online ou ao vivo, ele tem buscado modificar a sua aparência sempre que possível, trabalhando disciplinadamente para manter o corpo renovado de acordo com as demandas sociais da hora. Este contexto em que o corpo contemporâneo está inserido é chamado pela pesquisadora Meredith Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011) de “cultura da transformação”, quando os indivíduos vivem ininterruptamente fazendo modificações corporais para atender a essa demanda pela constante exposição de sua figura.

Assim, este capítulo mostra como essa permanência do tempo presente vai influenciar um movimento uniforme pela mudança da aparência, principalmente a feminina. Se espelhando em padrões corporais divulgados pela mídia como saudáveis e induzidas a se exporem nas redes sociais para ganhar e manter o status de celebridade, as mulheres estão em um processo de constante transformação. A cada mudança, elas se atualizam de acordo com a demanda propagada pelos meios de comunicação, que estão

sempre divulgando novas dietas, novos exercícios físicos e procedimentos estéticos para que elas consigam atingir e manter uma juventude eterna.

3.1 Sistemas de controle e a “tirania da visibilidade”

A mudança da relação do sujeito com o tempo e o espaço também é uma questão levantada por Joel Birman (2012). Ao citar Fukuyama e Lasch, ele diz que proclamar o fim da história, enunciar uma perda de potência do tempo na dinâmica da sociedade e consequentemente a falta de rupturas e descontinuidades sociais “implica necessariamente o silenciamento da temporalidade e a expansão conferida à espacialidade” (BIRMAN, 2012, p. 54).

Essa administração da percepção do tempo é feita pelas “sociedades de controle”, segundo Gilles Deleuze (*apud* SIBILIA, 2008). Nessas sociedades, onde o capitalismo se apresenta em seu estágio mais avançado, as pessoas são impulsionadas pela mídia a consumir constantemente, sendo que esse consumo, ressalta Sibilia, não é só de produtos, mas é também de vidas alheias.

A socióloga acrescenta que as novas tecnologias digitais, como a internet, os aparelhos móveis e as redes sociais, são as plataformas para divulgar produtos e modelos de consumo. Ela destaca que uma das consequências da introdução dessas ferramentas no cotidiano das pessoas foi a produção dos “diários *éxtimos*”⁴, uma adaptação dos diários íntimos muito presentes no século XIX e em algumas décadas do século XX, porém que, ao contrário daquela época, procura expor a intimidade de quem está escrevendo. É como se esse novo esquema convocasse informalmente e espontaneamente as pessoas para compartilharem suas experiências, gostos, reclamações, enfim, tudo o que acontece em suas vidas.

Ao contrário da “tirania da intimidade” do século XIX, Sibilia chama de “tirania da visibilidade” o próprio contexto em que o século XXI está inserido, quando existe uma demanda alimentada pela mídia para que o indivíduo se exponha e se torne modelo para as outras pessoas, já que nessa “sociedade de controle” os sujeitos pretendem manter o controle sobre si mesmo e sobre os outros. É por isso que ele deve estar continuamente se atualizando e chamando a atenção de quem tem acesso à sua vida e imagem.

⁴Grifo de Paula Sibília.

Neste ponto, é possível entender o que Ehrenberg (2010) quis dizer com a queda da figura do herói, que, segundo ele, se deve a uma democratização do aparecer, quando cada um deve construir a sua individualidade para melhorar a sua performance. A pessoa deve aprender a governar a si mesmo. O empreendedor agora assume o papel do herói, aquele que arrisca e vence dependendo apenas dele mesmo. Para ser bem-sucedido, esse empreendedor deve se reinventar constantemente, produzindo modelos, o que, segundo Ehrenberg, implica publicizar o íntimo.

A preservação da privacidade, segundo Sibilia, pouco importa nesse cenário, pelo contrário, quanto maior a audiência melhor. Parece haver uma ansiedade por expandir os limites do espaço privado exatamente para atender à demanda de espionar a vida alheia. “Assim, em um aparente retorno aos modos de vida nas zonas rurais e pequenos vilarejos prévios à urbanização do Ocidente, nesta intimista aldeia global do século XXI é impossível preservar os segredos.” (SIBILIA, 2008, p. 74)

Ela ainda ressalta que o movimento do *eu* contemporâneo é de dentro para fora, da “alma para a pele”. O corpo e seu desempenho também passaram a ser controlados, disciplinados e atualizados. Existe, de acordo com ela, uma demanda que tende a estimular a experiência epidérmica, “convidando a colecionar sensações e a intensificar a experiência imediata para usufruí-la ao máximo”. (SIBILIA, 2008, p. 110) Mais uma vez aparece a questão da percepção temporal. Quem não está satisfeito com o presente estado de seu corpo, pode modificá-lo facilmente, na hora.

Citando Benilton Bezerra Jr., Sibilia fala que o mal-estar de hoje se situa na performance física ou mental, muito mais do que na interioridade. Essas performances eventualmente falham e são solucionadas tecnicamente. Então, ela conclui que

nesse novo contexto, o aspecto corporal assume um valor fundamental: mais do que um suporte para acolher um tesouro interior que devia ser auscultado por meio de complexas práticas introspectivas, o corpo se torna uma espécie de objeto de design. (SIBILIA, 2008, p. 111)

3.2 “Autópsias vivas” na “cultura da transformação”

Esse indivíduo que faz do corpo uma massa de modelar é apresentado por Nikolas Rose como o indivíduo somático (*apud* HEYES, 2007), que descobre e desenvolve o seu *eu* através das transformações na carne. Assim, a subjetividade contemporânea foi sendo inscrita também no corpo, que começou a sofrer

transformações derivadas de exercícios físicos, dietas, procedimentos cosméticos, tatuagens, piercings e transplantes de órgãos, só para citar alguns, que fazem com que a experiência corpórea tenha se tornado o lugar privilegiado para a experimentação do *ser*.

Ao pensar sobre esse indivíduo somático e como ele precisa estar modificando o corpo constantemente para desenvolver sua subjetividade, duas questões surgem: O presente então seria portador da insatisfação já que ele precisa estar sempre se transformando? Ou as pessoas estariam sempre aquém das demandas desse tempo?

O que pode ser percebido é que essa atualização corporal requer trabalho, disciplina e estratégia, segundo Jayne Raisborough (2011), que apresenta a ideia de “cultura da transformação” criada por Meredith Jones, em 2008. Essa cultura faz com que qualquer pessoa que esteja no processo de aplicar mudanças em seu corpo seja um herói por lutar contra sua própria natureza. Essa exaltação da luta, do processo de se tornar algo, de estar em um constante movimento para atingir um objetivo é mais importante do que o resultado final, afirma Raisborough, que acrescenta que *ser* em uma sociedade que cultua a transformação não é mais suficiente.

É exatamente isso que Ehrenberg diz ao afirmar que a figura do empreendedor aventureiro, que se arrisca e dispensa suas raízes e seu passado para melhorar a sua performance é a nova figura do herói. “Ser bem-sucedido é tornar-se si mesmo tornando-se alguém” (2010, p. 50), ressalta.

É por isso, diz Raisborough, que os programas de televisão que mostram pessoas se submetendo a cirurgias plásticas apresentam todo o processo da cirurgia, incluindo o que o paciente passou antes e depois da operação, já que o procedimento em si pode ser considerado fácil, já que não exige esforço. O processo de luta e dor pelo qual passa o paciente é o que o público quer ver. Somente o esforço assegura o respeito, a autenticidade e a moral ao indivíduo desta sociedade.

A partir dessa afirmação, pode-se concluir que esse é o mesmo mecanismo que acontece nas redes sociais na internet quando os usuários postam fotos, vídeos e textos na academia de ginástica, no restaurante comendo uma salada, na loja do tatuador ou até no hospital antes ou depois de se submeter a uma cirurgia plástica. É preciso que os seus seguidores e amigos saibam o tamanho do esforço que ele está fazendo para se manter em uma eterna atualização.

O filósofo italiano Massimo Canevacci vai além. Em seu livro *Fetichismos Visuais – Corpos Eróticos e Metrópole Comunicacional*, ele afirma que o fetichismo no século XXI está exatamente no gozo desse movimento de tornar-se alguém, de modificar-se e liberar as multiplicidades do *eu* ao mesmo tempo em que esse *eu* é bloqueado “dentro de uma moldura reificada” (2008, p. 93). Canevacci diz que o corpo na metrópole se expõe como tela, como *sex appeal* inorgânico e disputa espaço no tecido urbano o tempo inteiro. Por isso, precisa se destacar ou nos mínimos detalhes ou através de modificações extravagantes, despedaçando zonas mortas e transformando-as em “zonas limiares pela potente força atrativa cosmética, isto é, erótica” (CANEVACCI, 2008, p. 31-32).

Esse novo corpo do século XXI é o que Canevacci chama de *bodyscape*, que entrelaça os conceitos de um corpo flutuante, móvel, que desliza pelos espaços das metrópoles comunicacionais sendo constantemente percebido e esquecido. O sujeito desse corpo interpreta e narra as próprias mudanças comunicacionais e desejos sensoriais, “isto é, a comunicação, entrelaçada ao consumo e à cultura, que aqui redefine as fisionomias recortadas ao invés da sociedade” (CANEVACCI, 2008, p. 32).

Os corpos atuais são publicidade, são mercadorias visuais, são constantemente atualizados, elevados a potências superiores e não há uma diferença bem estabelecida entre eles e os produtos que os vestem e os transformam. O fetiche tem esse poder de vivificar coisas sem vida, de subjetivar os diversos códigos de barra agregados ao corpo, como se esses códigos fossem as carteiras de identidades dos seres humanos contemporâneos habitantes de espaços transurbanos, uma mistura de urbanismo e transformação, derivados de um constante fluxo de informações e a necessidade dos novos sujeitos brincarem com as próprias identidades (SPUYBROEK *apud* CANEVACCI, 2008).

Se o fetichismo no século XXI está nesse movimento contínuo de transformar-se, é possível entender o porquê das modelos fazerem tanto sucesso entre as mulheres, já que o próprio trabalho delas exige essa flexibilidade de incorporar um personagem diferente a cada editorial de moda.

Em *Makeover Madness*, Anne Jerslev cita Jennifer Craik (1993) ao dizer que o corpo da modelo é plástico e fica em poder do fotógrafo, que o arruma como bem entender. O mundo da moda atual, com toda a maquiagem, os acessórios, as roupas, os

retoques digitais, transpõe a linha do orgânico, apresentando o corpo da modelo mais artificial, polido e transportando-o para o reino do design como um material para transformação (ARNOLD *apud* JERSLEV, 2007).

Na imagem pós-realista dos editoriais de moda, afirma Jerslev, o corpo é sempre situado entre o vivo e o morto, o animado e o inanimado, a modelo e o manequim, ele é tão transformado através de ângulos, tecnologias digitais e cirurgias, que lembra só vagamente o corpo da modelo. O objetivo desses fotógrafos é criar uma narrativa glamorosa e distinta de imagens. Tanto as roupas, quanto os cenários, luz etc. são colocados em pé de igualdade com o corpo das modelos, tudo é montado. O corpo é colocado como uma escultura, um pedaço de pedra a ser esculpido.

O que Jones (2008) argumenta é que o processo de se tornar não superou o *ser*, mas é somente através dele que o indivíduo é. O que ela observa é que o resultado desses eternos processos de se tornar alguém é efêmero e é apenas um ponto de partida para emendar em outro processo para se tornar alguém mais aceitável de acordo com a demanda atual.

Os bons cidadãos da cultura da transformação são aqueles que refletem renovação, restauração e manutenção infinitas em si próprios e em seus ambientes, alongando e desenhando seus rostos, seus corpos, suas idades e suas conexões com as tecnologias e outros organismos (JONES *apud* RAISBOROUGH, 2011, p. 52)⁵

Ao citar Roy (2008), Raisborough ressalta que a biografia é um projeto, o aperfeiçoamento é o objetivo e a autodisciplina e o autocontrole regulam o corpo dos indivíduos atuais.

Esse indivíduo dono de si e responsável pelo próprio corpo pertence à classe média e é construído em relação a um outro deficiente, explica Valerie Walkerdine (*apud* RAISBOROUGH, 2011). Butler (*apud* RAISBOROUGH, 2011) vai mais longe aos afirmar que as normas sociais da constituição do *ser* são acessadas por “vidas habitáveis”, marginalizando aqueles que não têm recursos para manter uma contínua transformação.

No Brasil, por exemplo, onde a mídia é simpática aos procedimentos cosméticos, alguns hospitais públicos fazem cirurgias plásticas de graça e o preço nos

⁵(Tradução da autora desta monografia) “good citizens of makeover culture effect endless renovations, restorations and maintenance on themselves and their environments, stretching and designing their faces, their bodies, their ages, and their connections with technologies and other bodies”.

hospitais particulares para procedimentos cosméticos é acessível, parece haver uma moral fraca em relação à prática de transformação corporal e uma normalização dessas transformações como estratégia para a ascensão social (EDMONDS *apud* SWAMI *et al.*, 2011).

Nesse processo, o autocontrole é um componente essencial na cultura ocidental. O sujeito só é respeitado se mantiver controle sob seus desejos, emoções e ações (JOFFE & STAERKLÉ *apud* RAISBOROUGH, 2011). Nesse contexto, a gordura é codificada como excesso e falta de controle, o que significaria uma falha na moralidade do indivíduo (DWORKIN & WACHS *apud* RAISBOROUGH, 2011). Smirnova (2012) ainda acrescenta que a idade, ou melhor, o envelhecimento é outro símbolo de descontrole do indivíduo, característica essa que deve ser também controlada.

O que Raisborough diz pretender identificar é que existem normas sociais que objetivam construir a subjetividade a fim de que o sujeito seja reconhecido pela sociedade. Essa normatização da escolha acontece porque o indivíduo é reconhecido pelo outro através de suas escolhas de consumo.

Segundo Bauman (*apud* RAISBOROUGH, 2011), para que as pessoas *sejam* numa sociedade de consumo elas precisam vender a própria imagem, chamar a atenção e atrair demanda e consumidores. Essa venda requer inovação, transformação e autocontrole e esse movimento é alimentado por um estado constante de insatisfação. Então, acrescentando à definição do bom cidadão de Jones, ele diz que o indivíduo deve consumir não só para se tornar melhor, mas para fazer um marketing de si mesmo e se adaptar às novas exigências da moda, ele deve comprar direito, com bom gosto, sem excessos.

Esse consumo é propagado pelos meios de comunicação, ressalta Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011), que vendem a ideia da transformação e educam para a moda e o uso de tecnologias que alimentam este sistema.

Para incentivar essa “cultura da transformação”, a mídia estimula o controle nas formas de ordem e eficiência e faz com que os aspectos cotidianos sejam problemas a serem solucionados através de medidas paliativas. Uma das medidas para identificar e solucionar esses problemas é a aplicação de testes ou questionários, normalmente tão gerais que é provável que todo leitor esteja em uma posição de risco. A partir daí, a mídia apresenta etapas e regras a serem seguidas para resolver a questão. Através desses

questionários, o indivíduo tem a sensação de que aquelas regras que ele deve seguir para se melhorar são individualizadas, porque baseadas no resultado de seus testes.

Além da ordem e da eficiência, a mídia tem promovido um encontro do interno corporal com o seu externo, afirma Raisborough (2011). Nesta mesma direção apontada pela autora, Fernanda Bruno e César Pimentel (2006) disseram que o desenvolvimento de tecnologias médicas para ver através da carne, como os exames de raio-x, por exemplo, e principalmente a descoberta do genoma humano e das células-tronco, trazendo a ideia de que todas as doenças podem agora ser curadas e prevenidas, vai também influenciar na construção da subjetividade contemporânea. “[...] Torna-se possível afirmar que a visualização das porções mais íntimas e indevassáveis do corpo caminha em paralelo à exposição contínua da subjetividade em nossas sociedades atuais” (BRUNO & PIMENTEL, 2006)⁶.

Se antes as pessoas acreditavam que o que acontecia com o próprio corpo era uma fatalidade, atualmente, com todas as informações e exames disponíveis, uma intervenção corporal direta é facilmente possível. O corpo passa a fazer parte de um banco de dados, virando fonte de informação e sendo objeto de ação, de cuidado, transformação, desejo, temor e objetivação (BRUNO & PIMENTEL, 2006).

Os meios de comunicação, segundo Raisborough, estão anunciando técnicas para o próprio indivíduo medir, por exemplo, a idade do seu corpo, o colesterol, os batimentos cardíacos, o andamento do sono, só para citar alguns exemplos. As indústrias cosméticas anunciam constantemente o desenvolvimento de produtos de nanotecnologia que vão influenciar nas mínimas moléculas do corpo. Essas “autópsias vivas” (2011) são estratégias de venda já que o interior orgânico faz parte do marketing das indústrias para alcançar novos nichos de consumo.

O objetivo, segundo ela, é informar o consumidor sobre todos os riscos que ele corre para que ele tome a responsabilidade sobre a própria saúde e consuma os produtos que vão curá-lo (pelo menos, parcialmente), reabilitá-lo para uma vida em sociedade. Então, a mídia vai se apoderar dos discursos científicos, já sinalizados por Bruno e Pimentel (2006), para confirmar o que está dizendo.

Os meios de comunicação aliam o cuidado com o corpo e a beleza à saúde. Através da descentralização, da individualização e do marketing, eles estimulam uma

⁶Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/fbruno1.pdf> Acesso em: 03/04/2012

responsabilização sobre si acompanhada por uma montoeira de tecnologias, vocabulários e experiências que envolvem a saúde.

Assim, o que se propõe criar é uma nova consciência sobre o que é ser saudável, que agora não está mais somente ligado à doença, mas à prevenção. É como se o corpo estivesse constantemente ameaçado por alguma doença e fosse preciso protegê-lo. Então, estar bem de saúde significa estar vigilante, controlado, sem riscos. Esse estado é hoje uma “obrigação moral” (RAISBOROUGH, 2011). E esse estar saudável é muito mais do que não estar doente, é estar bem de saúde, é estar tendo uma boa relação sexual, é ser bonito, ter sucesso e felicidade.

Ao citar a socióloga Monica Greco, Raisborough fala que ter saúde virou uma escolha, que assume uma “capacidade preventiva social” para controlar o corpo, o que significa que, para ser saudável, é só querer. A saúde está ao alcance de todos e aqueles que se recusam a tratá-la são estigmatizados pela sociedade.

Ser saudável ganhou um destaque muito grande na vida das pessoas, porque, segundo Birman (2012), o corpo é o único bem das pessoas, já que todos os outros desapareceram ou foram relativizados. O corpo é o “bem supremo” (p. 70) dos cidadãos contemporâneos, não mais Deus ou a alma. Por isso, ele obtém tanta atenção e é alvo de todos os cuidados possíveis.

De acordo com Birman, esse processo de exaltação da saúde começou no século XIX com a polícia médica e a higiene social na Alemanha, na França e na Inglaterra. O que acontece hoje é um estágio avançado desse processo, em que a saúde ocupou o lugar conferido à salvação nos tempos modernos.

Desta forma, Birman ressalta que as pessoas estão vivendo estressadas para conseguir manter a saúde em dia, já que existe um sentimento de medo da morte constante, que faz com que elas tenham a sensação que estão sempre correndo risco de vida.

Já Castel (*apud* BRUNO & PIMENTEL, 2006) considera que as pessoas estão saudáveis e doentes ao mesmo tempo e o autocontrole é sobre algo que ainda não aconteceu, sobre doenças virtuais.

Segundo o modelo panóptico, a vigilância supõe uma copresença dos controladores e dos controlados num espaço homogêneo que o olhar varre... Trata-se menos de afrontar uma situação já perigosa, do que de antecipar

todas as figuras possíveis da irrupção do perigo. (CASTEL *apud* BRUNO & PIMENTEL, 2006)⁷

Assim, as indústrias farmacêuticas, cosméticas e planos de saúde estão desenvolvendo ferramentas para que os indivíduos sejam empoderados e possam fazer a escolha certa para o tratamento que precisam. A escolha certa é muito importante, ressalta Raisborough, porque o erro é a doença e a doença representa a falha e ninguém quer ser estigmatizado como um perdedor. Então, as escolhas dos consumidores nunca são livres, pois suas opções são delimitadas pelos meios de comunicação.

Porém, Owen e Spencer (2013) observam um grande problema nesse padrão que a mídia vem estabelecendo como corpo saudável. Segundo elas, no início do século XX, o índice de massa corporal (IMC) da mulher considerada bela era de 27 a 30 (BONAFINI & POZZILLI *apud* OWEN & SPENCER, 2013). Já na metade do século, o IMC dessas mulheres caiu para 19, um número perto da faixa limítrofe de 18,5 a 24,9 para as pessoas saudáveis (BERRINGTON DE GONZALEZ *et al. apud* OWEN & SPENCER, 2013). Apesar disso, a maior parte das mulheres quer ter um corpo com IMC 15% a menos do que o índice saudável (MARTIN *apud* OWEN & SPENCER, 2010), o que se faz concluir que “o ideal de beleza propagado pela mídia atual para as mulheres não é de um corpo saudável [...]” (OWEN & SPENCER, 2013)⁸

Assim, transtornos alimentares e insatisfação com o corpo têm se tornado constantes, principalmente nos países ocidentais, onde a mídia promove um corpo doente e gera ansiedade, depressão e baixa autoestima em busca do corpo perfeito, dizem Owen e Spencer.

Segundo Birman (2012), as pessoas estão sempre se sentindo culpadas por não aproveitarem as múltiplas possibilidades de aperfeiçoamento da performance corporal, que está sempre aquém do esperado. Existe então um sentimento constante de falha, falta e dívida. “O corpo é o registro antropológico mais eminente no qual se enuncia na atualidade o mal-estar. Todo mundo hoje se queixa de que o corpo não funciona a contento.” (p. 69).

⁷Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/fbruno1.pdf> Acesso em: 03/04/2012

⁸(Tradução da autora desta monografia) “As such, one can conclude that the current idealized female body portrayed in the media is an unhealthy body weight for most women [...]” Disponível em: http://www.researchgate.net/publication/236976651_Body_ideals_in_women_after_viewing_images_of_typical_and_healthy_weight_models Acesso em: 03/04/2014

Essa insatisfação é, segundo Heyes (2007), causada pelo sistema estabelecido pela indústria cosmética, que inventa constantemente novas técnicas para consertar imperfeições, criando novas imperfeições. Assim, o indivíduo é constantemente reorientado para encontrar suas falhas, que estão relacionadas com a falta de controle, com os excessos da vida, como o excesso de peso, de consumo, de álcool, cigarro, de velhice, só para citar alguns exemplos, que são representados na sociedade como sinais de desleixo e descuido com o corpo.

As individualidades contemporâneas, segundo Birman (2012), são marcadas por esses excessos e é por isso que é preciso fazer algo para eliminá-los. “O agir é o imperativo categórico na contemporaneidade” (p. 82), diz ele.

Smirnova chama a atenção para a crítica da sociedade ao envelhecimento especificamente:

Ao definir as pessoas mais velhas como um grupo em ‘idade de risco’, o envelhecimento é construído como uma doença ou ameaça da qual as pessoas devem se proteger ou buscar medidas preventivas. [...] Aqueles que não aproveitam as tecnologias e remédios que promovem a saúde são rotulados de cidadãos negligentes e irresponsáveis (SMIRNOVA, 2012)⁹

À medida que a mulher envelhece, ela se sente fracassada, pois seu papel na sociedade é eternamente medido por sua aparência em vez das habilidades físicas e mentais, diz Frida Furman (*apud* SMIRNOVA, 2012). Seu olhar sobre si mesma é condicionado pelo olhar masculino, que acredita que o envelhecimento é uma perda da feminilidade, cujas características são pele branca, heterossexualidade, magreza, juventude e saúde, conclui a pesquisadora.

Assim, as mulheres vivem constantemente pressionadas para se manterem respeitáveis, poderosas e com valores, tendo que negociar continuamente com os discursos produzidos sobre a idade, o sexo, a sexualidade e o gênero para seu corpo. (EPSTEIN; FURMAN; KAUFMAN, SHIM & RUSS *apud* SMIRNOVA, 2012) Envelhecer, então, é não envelhecer (KATZ & MARSHALL *apud* SMIRNOVA, 2012)

⁹(Tradução da autora desta monografia) “In defining the aging population as such an “at-risk” group, older age is constructed as a disease or threat from which people ought to protect themselves and/or engage in preventative measures. [...] Those who do not take advantage of health-promoting technologies and medicines as negligent and irresponsible life citizens”. Disponível em: <http://www.deepdyve.com/lp/elsevier/a-will-to-youth-the-woman-s-anti-aging-elixer-FmR8NVUC53> Acesso: 03/04/2014

e o corpo se torna a principal medida desse sucesso: parecer jovem ou velha determina se ela está saudável ou não (HOLSTEIN & MINKLER *apud* SMIRNOVA, 2012).

“Consequentemente, as academias de ginástica se transformam num dos templos seculares mais prestigiados na atualidade, aonde os usuários vão comungar como fiéis em nome da longevidade e da beleza.” (BIRMAN, 2012, p. 77)

A noção do “eu eternamente jovem” aparece na pesquisa de Kauffman, ressalta Smirnova. As mulheres entrevistadas dizem que se sentem num corpo estranho, já que, apesar da sua idade, o seu espírito se mantém jovem.

Essa energia juvenil, ou melhor, esse estilo de vida juvenil é muito estimulado em livros de autoajuda (RAISBOROUGH, 2011), como o do Dr. Roger Landry, *Envelheça com atitude*¹⁰, que oferece 10 mandamentos para envelhecer com sucesso. Em entrevista¹¹ para o site Senior Planet¹², ele disse que os três principais são: continuar praticando exercícios, já que o cérebro, o coração, o sistema imunológico e a circulação sanguínea funcionam melhor se a pessoa se exercitar; desafiar o cérebro a aprender coisas novas; e se engajar socialmente com alguma coisa, tanto online quanto ao vivo. Landry acredita que é possível “viver mais e morrer menos”, ou seja, é possível viver saudável por mais tempo do que com as dores e a degradação que ocorrem quando a morte se aproxima.

Baseando-se em pesquisas científicas da Fundação McArthur, ele afirma que envelhecer com sucesso exige que a pessoa preste atenção e saiba gerir os aspectos físicos, intelectuais, sociais e espirituais de sua vida.

Landry ressalta que políticas públicas que estimulem a participação de pessoas acima dos 65 anos deveriam ser mais incentivadas, afinal de contas, “adultos mais velhos não podem simplesmente dizer que querem ser respeitados... eles também têm que dar algo em troca”. As pessoas precisam pensar o envelhecimento de uma forma diferente, diz ele, e sugere: “Em vez de comunidades para a aposentadoria, que tal chamá-las de centros para envelhecer prosperamente?”

Se a velhice por si só já não é mais sinônimo de respeito e as pessoas mais velhas devem continuar trabalhando, ou melhor, dando em troca para a sociedade, pode-se concluir que elas vão precisar da ajuda da medicina para fazer com que seus corpos

¹⁰(Tradução da autora desta monografia) “*Aging with attitude*”

¹¹Disponível em <http://seniorplanet.org/dr-roger-landrys-rx-for-aging-live-long-die-short/> Acesso em: 18/03/2014

¹²Disponível em: <http://seniorplanet.org/> Acesso em: 14/05/2014

correspondam às demandas desse novo envelhecimento. Por isso, tecnologias médicas estão sendo utilizadas para colocar mente e corpo de acordo um com o outro, uma atitude que, segundo Smirnova, é partilhada pelas mulheres que fazem cirurgias plásticas, que sentem seus corpos modificados mais próximos do seu *eu*.

A biomedicalização da pele é usada pela indústria cosmética para estimular práticas saudáveis e juventude através de um discurso que promete juventude eterna, promove a ciência como uma forma de magia e obriga o desejo ao rejuvenescimento, reforçando sentimentos de culpa, vergonha e falhas morais na mulher que não se trata.

“À medida que a medicina e a tecnologia oferecem soluções para os sintomas tanto internos quanto externos da velhice, os conceitos de saúde, juventude e beleza sofrem um colapso um no outro.” (SMIRNOVA, 2012)¹³

Smirnova compara a mulher mais velha com a ideia de princesa. Segundo ela, o sistema da vitimização do envelhecimento, as medidas preventivas da cosmética e os discursos que estimulam a pró-atividade das mulheres podem ser concebidos como a narrativa moderna dos contos de fada. Apesar de a mulher apresentar um papel mais ativo na sociedade, ela ainda se realiza baseada em regras patriarcais e o seu papel social é medido pela sua juventude, beleza e habilidade para lidar com as demandas femininas.

Nesse contexto moderno dos contos de fadas, a indústria cosmética é apresentada não somente como um modo de aumentar a atratividade do indivíduo, mas também como uma maneira de trabalhar o *eu* com autenticidade, uma ajuda para superar traumas, melhorar relacionamentos e construir um personagem melhor, afirma Heyes (2007).

Ela também vai comparar as mulheres contemporâneas com as princesas, que utilizam os procedimentos cosméticos para encontrar o seu final feliz. Assim como a Branca de Neve e a Bela Adormecida, as mulheres hibernam nos consultórios médicos ou hospitais para, quando acordarem, já terem seus problemas resolvidos. Heyes

¹³Tradução da autora desta monografia “As new technologies and medicines offer solutions to both internal and external symptoms of aging, the concepts of health, youth and beauty are collapsed onto each other.” Disponível em: <http://www.deepdyve.com/lp/elsevier/a-will-to-youth-the-woman-s-anti-aging-elixir-FmR8NVUC53> Acesso: 03/04/2014

continua indo mais longe e afirma: “o cirurgião bem arrumado e impecável faz o papel do príncipe encantado” (HEYES, 2007, p. 104).¹⁴

O sentimento antifeminista de alguns cirurgiões plásticos (e, algumas vezes, seus clientes) muitas vezes inspira a retórica de candidatos à cirurgia a ir em busca de algo a se autodeterminar para ‘parecer o seu melhor’ e a vontade de desafiar suas dúvidas e medos e sentir dor, gastar dinheiro e se arriscar para atingir seu objetivo. (Nesse ponto, as críticas feministas sobre a cirurgias cosmética são fracas, chorosas e covardes, o retrato da mulher pouco atraente que se recusa a ter controle e transformar suas vidas chatas). Dentro de todos esses discursos, a cirurgia cosmética, fiel ao duplo efeito de normalização, é apresentada como uma possibilidade de potencializar a humanidade, a saúde psicológica ou o empoderamento individual. (HEYES, 2007, p. 91)¹⁵

Para Pierre Bourdieu (2002) esse cenário é um reflexo da dominação masculina sob o modo como as mulheres percebem seu próprio corpo. Segundo ele, a ordem social tende a confirmar a posição masculina através da divisão social do trabalho – distribuição de tarefas, carga horária, salário - da estrutura do espaço – o homem público e a mulher privada - e do ciclo de vida – as rupturas masculinas e as gestações femininas.

Essa percepção social, ele diz, se passa primeiro pelo corpo, símbolo da realidade biológica. É o corpo, a construção arbitrária do biológico, que “atesta” as diferenças socialmente construídas entre o homem e a mulher. “[...] uma construção social que encontra seu princípio nos princípios de divisão da razão androcêntrica, ela própria fundamentada na divisão dos estatutos sociais atribuídos ao homem e à mulher” (BOURDIEU, 2002)¹⁶.

A dominação masculina tende a estimular na mulher uma insegurança constante com seu próprio corpo, pois ela foi determinada a ser para o olhar do outro e essa constante feminilidade que ela deve ter nada mais é do que o consentimento com as expectativas masculinas de engrandecimento do próprio ego. Sendo assim, ela foi

¹⁴Tradução da autora desta monografia “The well-coiffed and impeccably masculine surgeon play the role of handsome prince.”

¹⁵Tradução da autora desta monografia “Furthermore, antifeminist sentiment among some cosmetic surgeons (and sometimes their clients) often inspires the rhetoric of the go-getting, self-determining surgical candidate who “wants to look her best,” and is willing to challenge her doubts and fears and undergo pain, cost, and risk to achieve her goals.4 (On this view, feminist critique of cosmetic surgery is wimpy, whiny, and cowardly—the province of unattractive women who refuse to take control and turn their frumpy lives around.) Within all of these discursive moments, cosmetic surgery is, true to normalization’s double effect, presented as enabling—whether of humanity’s potential, psychological health, or individual empowerment.”

¹⁶Disponível em:

http://www.sertao.ufg.br/uploads/16/original_BOURDIEU_Pierre._A_domina%C3%A7%C3%A3o_masculina.pdf?1332946646 Acesso: 19/03/2014

acostumada a ser determinada pelos outros e a possuir uma distância enorme entre o corpo original e o ideal, o que leva à constante depreciação de si.

Porém, Heyes (2007) afirma que essa nova forma de construir a subjetividade em cima das transformações corporais é mais do que uma dominação masculina sob as mulheres, pois ela não é politicamente neutra.

Especificamente, elas acontecem em contextos onde um compromisso declarado com a liberdade individual de autoexpressão coexiste com práticas que incansavelmente pressionam esses indivíduos a se conformar [...]. Na teoria política liberal, bem como a sua retórica popular, nós devemos trabalhar, acima de tudo, para preservar o direito de planejar uma vida de acordo com o nosso próprio julgamento do bem (HEYES, 2007, p. 5)¹⁷

Segundo ela, os mecanismos de disciplinamentos, já ressaltados por Foucault, operam nas pessoas e em seus corpos, estimulando técnicas de controle, intervenção e regulamentação que trabalham em benefício de ambos. O poder da disciplina normatiza tipos de cidadãos que devem ser seguidos.

Será através das tecnologias visuais, como a televisão, as revistas e os sites, que os mecanismos de poder político conseguem influenciar os indivíduos, afirma Heyes (2007). Como já ressaltado neste trabalho acadêmico, esses meios de comunicação espalham a mensagem de que individualidade e conformidade são partes do mesmo todo e de que o corpo deve se tornar uma extensão da personalidade do indivíduo, bem como um status social.

Inúmeros programas de TV, sites e revistas se preocupam em mudar a dieta ou os hábitos culinários das pessoas, se elas estão perdendo peso, atualizando seu guarda-roupa, desenvolvendo práticas saudáveis, higiênicas ou de cuidados pessoais através da melhora do comportamento e da aparência de um dos cônjuges [...], do reparo ou da renovação da casa de alguém ou refazendo o paisagismo de um jardim. (HEYES, 2007, p. 96)¹⁸

Então, ao promover a ideia de que o corpo é uma tela em branco para que a subjetividade do indivíduo seja inscrita, os meios de comunicação vão influenciar a percepção corporal no século XXI, passando a mensagem de que a pessoa pode e deve

¹⁷Tradução da autora desta monografia “Specifically, they take place in contexts where an avowed commitment to individual freedom of self-expression co-exists with practices that relentlessly pressure these selfsame individuals to conform [...]. In liberal political theory as well as its attenuated popular rhetoric, we must work, above all, to preserve the right to plan a life in accordance with our own account of the good”

¹⁸Tradução da autora desta monografia “Countless TV shows, Web sites,band magazine features concern themselves with changing one’s diet or culinary practices, losing weight, updating fashion habits, developing practices of good health, hygiene, or personal grooming, through to improving the behavior and appearance of one’s spouse (or pet), repairing or renovating one’s home, or landscaping a garden.”

se manter em constante processo de se tornar alguém mais saudável e jovem através de procedimentos estéticos.

Assim, é possível afirmar que se o corpo no século XIX era sexuado, nas décadas de 60 e 80 era autoexplorado e performático, respectivamente, no século XXI ele é transformável.

Uma boa forma para pensar a conversão do corpo como plataforma de modificações e o papel da mídia nesta passagem seria mediante a análise empírica do “portal mulher.globo.com”. Escolhe-se tal abordagem por entender a mídia como um importante campo de produção de subjetividades, conforme apontado por Rose (1998).

Mas antes de analisar como o corpo feminino é apresentado no “portal mulher.globo.com”, será feito um breve percurso pela história da imprensa feminina, de modo a inserir historicamente a percepção do corpo da mulher pela mídia, especificamente no panorama brasileiro e em revistas femininas.

4. CORPO FEMININO NA MÍDIA BRASILEIRA

Depois de uma breve abordagem histórica sobre a percepção do corpo feminino na modernidade e uma análise teórica sobre como a “tirania da visibilidade” e a “cultura da transformação” estão influenciando o entendimento da mulher sobre o seu corpo atualmente, este capítulo se propõe a fazer um breve panorama histórico da imprensa feminina no Brasil para compreender a representação midiática do corpo feminino. A seguir, como o argumento teórico requer uma fundamentação empírica, será apresentada uma análise do “portal mulher.globo.com” para mostrar que, na contemporaneidade, novas formas de narrar e dar sentido a esse corpo vêm emergindo.

4.1 Breve história da imprensa feminina no Brasil

A imprensa periódica começou a mobilizar a opinião pública brasileira a partir do século XVIII, influenciando o modo como as pessoas pensavam sobre inúmeros aspectos, incluindo a educação feminina, ressalta a pesquisadora Kátia de Carvalho (1995). À medida que os meios de comunicação da época eram dominados pelos homens, a educação propagada para a mulher reforçava o papel de dona de casa e cuidadora dos filhos.

Como diz Jane Soares de Almeida (1998), as publicações femininas brasileiras adotavam “um discurso normatizador que alocava a homens e mulheres papéis sociais diferenciados e impregnados de significância acerca das atribuições masculinas e femininas”¹⁹.

Mesmo com o movimento feminista se espalhando pela Europa e os Estados Unidos, a mulher brasileira e a imprensa que surgia no início do século XX ainda pensavam muito como uma colônia portuguesa, como ressalta Soares de Almeida ao citar uma parte do artigo de Helena Castello Branco, em 1909, no Jornal do Brasil, que fala que a mulher daquela época somente sonhava com “uma vida mais plácida e serena” e se preocupava com as recepções e os passeios na Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro.

¹⁹Disponível em: <http://rbep.inep.gov.br/index.php/RBEP/article/viewFile/227/230> Acesso em: 28/03/2014

Ao mesmo tempo, com o aumento do número de mulheres indo à escola, elas foram se tornando um público leitor, reproduzindo o discurso da imprensa, que também serviria como um veículo para que sentimentos femininos sufocados por séculos pudessem aparecer (ALMEIDA, 1998).

As reivindicações das mulheres possibilitaram discussões que ultrapassaram a esfera privada para exigir seus direitos de liberdade, modificando hábitos e costumes seculares. Somado a isso, a imprensa europeia começou a chegar no país, disseminando ideias de libertação, educação e inserção social das mulheres.

Porém, no período pós-Primeira Guerra Mundial, ficou mais complicado ir à Europa e as publicações femininas brasileiras tiveram que suprir o vazio deixado pelas revistas europeias. Escritas e dirigidas por uma elite masculina, a imprensa feminina do país, ainda arraigada aos costumes do século anterior, ia contra o movimento feminista europeu, classificado como um perturbador social.

Apesar de tentarem manter certos costumes seculares baseados na diferenciação de gênero, as revistas femininas começaram a ter que atender a um novo perfil de mulher que estava surgindo: uma mulher que começava a aparecer mais nos espaços públicos, como os recitais de música e poesia nos salões ou acompanhando seus maridos nos cassinos e clubes (CARVALHO, 1995).

Assim, segundo Carvalho, o conteúdo dessas publicações girava em torno da moda, da literatura, da poesia e dos folhetins, assuntos que ajudariam a mulher a conviver melhor nesses espaços públicos.

A publicação desejada pela mulher era aquela que, além de representar o seu grupo social, permitia o acesso à informação sobre assuntos que ajudassem a convivência nesse novo espaço social. O que a diferenciava das demais revistas era a abordagem essencialmente feminina, pouco politizada, enfatizando a preocupação com a família e trazendo as discussões da esfera pública para a esfera privada, onde eram dadas as soluções. (CARVALHO, 1995)²⁰

Política era um assunto muito pouco abordado nessas publicações, que apresentavam conteúdos que não criavam conflito para as mulheres. Os intelectuais da época, ansiosos por divulgar suas ideias e percebendo no público feminino um grande consumidor de notícias, começaram aos poucos a escrever nessas revistas e a se dedicar à criação de uma nova subjetividade para essa nova mulher que estava emergindo

²⁰Disponível em: <http://revista.ibict.br/cienciainformacao/index.php/ciinf/article/view/536/488> Acesso em: 26/03/2014

(CARVALHO, 1995), uma mulher trabalhadora, com uma certa liberdade sexual, porém ainda mãe e dona de casa. “O santuário do lar e a santificação da maternidade não eram questionados, mas sim os mecanismos de desigualdade que alocavam às mulheres papéis secundários no espaço público e as alijavam das instâncias de poder”²¹ (ALMEIDA, 1998).

A publicação de trechos de romances foi um artifício muito usado para concretizar esse objetivo. Kátia de Carvalho (1995) cita um trecho de *A enervada*, de Mme. Chrisanthème, publicado na revista *A Maçã*, lançada em 1922, para exemplificar essa nova percepção de mundo feminino que começava a questionar o papel da mulher como procriadora, cuidadora e dona de casa:

... Vive bem agarrada a teu marido disse-me ella, tem uma dúzia de filhos.
A felicidade das mulheres depende do lar, exclusivamente do lar, ouviste?
Sofri um estremecimento. Uma meia dúzia de filhos.
Que horror! E mirando o meu ventre perfeito jurei-lhe que ele o seria sempre.
(Mme. Chrisanthème *apud* CARVALHO, 1995)²².

Esse novo perfil de mulher divulgado pelas revistas, ressalta Carvalho, pretendia difundir os assuntos de interesse de um certo grupo social, que “passou a exercer o papel de mediador entre a produção e o consumo da informação” (CARVALHO, 1995)²³.

Ela também destaca que foi através da imprensa feminina que a mulher publicitou o espaço privado, já que as informações divulgadas pelas revistas eram de utilidade pública, como serviços médicos, educativos, culinários, ou seja, as publicações eram também relativas a assuntos extremamente pessoais, o que acabava influenciando o modo como as mulheres começaram a se comportar em casa.

Se no início do século a imprensa feminina estava preocupada em reformular o papel social da mulher e a adentrar num espaço privado antes impenetrável, o foco mudou ao longo dos anos.

À medida que a imprensa já tinha conseguido abalar as estruturas familiares de outrora e as mulheres já tinham dado o pontapé inicial para a sua “libertação”, as revistas mudaram o foco para a beleza feminina.

²¹Disponível em: <http://rbep.inep.gov.br/index.php/RBEP/article/viewFile/227/230> Acesso em: 28/03/2014

²²Disponível em: <http://revista.ibict.br/cienciainformacao/index.php/ciinf/article/view/536/488> Acesso em: 26/03/2014

²³Ibidem

Nos anos 50, essas publicações começaram a estampar nas capas ícones do cinema europeu e norte-americano, vencedoras de concursos de *miss*, vedetes do teatro de revistas, atrizes das chanchadas e rainhas do rádio. Os conselhos de beleza passaram a ser emitidos por mulheres-mito, como Gina Lollobrigida, Sophia Loren, Marilyn Monroe e Martha Rocha (SIQUEIRA & DE FARIA, 2006).

Já na década seguinte, o discurso midiático cultuava o corpo natural, disseram Denise da Costa Oliveira Siqueira e Aline Almeida de Faria (2006), que estudaram o modo como o corpo feminino era representado na mídia a partir da metade do século XX. Segundo elas, era frequente a imagem da mulher debaixo de uma ducha de chuveiro tocando o próprio corpo num movimento de prazer e autoexploração. “Para fortalecer o discurso dirigido à mulher, conselhos de beleza insistem que é preciso conhecer, explorar, tocar o próprio corpo para torná-lo mais autêntico e natural” (SANT’ANNA *apud* SIQUEIRA & FARIA, 2006)²⁴.

Porém, a naturalidade do corpo vai dando lugar a um movimento de glorificação dos músculos nos anos 80, que ressaltava o uso de vitaminas, suplementos nutricionais e da alimentação equilibrada para criar um corpo esculpido, “marombado”, performático, fisicamente competente, sinônimo de saúde, autoestima, autocontrole e beleza na época.

Assim, a mídia se tornou o principal meio para divulgar esses padrões que estavam intimamente ligados a uma ética da saúde e da beleza. Não é à toa que foi nessa década que surgiram no Brasil as revistas *Boa Forma* e *Saúde!*

Para gerar credibilidade e neutralidade ao discurso pronunciado, essas revistas chamam especialistas para escrever ou para dar entrevistas às matérias sobre alimentação e dietas, sexualidade, beleza, moda e saúde.

E, finalmente, nos anos 2000, ressaltam as pesquisadoras, há uma mescla do corpo *fitness* da década de 80 com a ideia de bem-estar físico e mental, de *wellness*. “Os hábitos alimentares passam por uma mudança em que ‘estilo de vida’ está intrinsecamente associado a um cotidiano estressante, à falta de tempo e à busca por sossego, paz, saúde e tranquilidade.” (SIQUEIRA & FARIA, 2006)²⁵

Não é somente a percepção sobre os hábitos alimentares que muda a partir do século XXI. As publicações femininas e especializadas em saúde e ginástica retiram a

²⁴Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0564-1.pdf> Acesso em: 01/05/2014

²⁵Ibidem

própria atividade física do lugar da obrigação para se obter o corpo perfeito e a transformam em uma atividade prazerosa, que deixará a pessoa relaxada. É nessa época que acontece o *boom* do ioga e surgem revistas como a *Bons Fluidos*, ressaltam as pesquisadoras. “Esse é o novo discurso desses meios de comunicação de massa: é preciso praticar atividades que cuidem do corpo, sim, mas também ‘alimentem o espírito’”. (SIQUEIRA & FARIA, 2006)²⁶

Como pôde ser observado, o entendimento sobre o que é um corpo saudável foi sofrendo modificações ao longo do tempo, modificações essas que sofreram influências sociais, econômicas e políticas. Ao mesmo tempo em que, nos anos 2000, se propaga a ideia da falta de tempo, do trabalho estressante, desgastes emocionais e novas doenças, os meios de comunicação voltados para o público feminino divulgam a ideia de ter que estar relaxado, desestressado e desacelerado, apresentando receitas para se equilibrar diante de um mundo competitivo, violento e físico-emocionalmente esgotante, dizem Siqueira e Faria. A mídia, acrescentaram as autoras, não inventa, apenas reflete os valores propagados para o corpo feminino de determinado grupo social.

Em termos de discursos, textos e imagens jornalísticos e publicitários reforçam determinadas categorias. Em termos de linguagem, o uso intenso de adjetivos, de depoimentos de mulheres famosas, celebridades, o recurso a falas de ‘especialistas’ buscam mostrar como verdadeiras as ideias veiculadas. (SIQUEIRA & FARIA, 2006)²⁷

Para fundamentar o argumento de que a mídia do século XXI está disseminando essa ideia de corpo feminino juvenil em constante atualização através de um discurso científico e exemplificado através da figura da celebridade para mulheres de todas as idades, esta monografia se propõe a fazer uma análise sobre as matérias relacionadas ao corpo feminino publicadas no “portal mulher.globo.com” entre os dias 20 de março e 24 de março de 2014.

4.2 “Portal mulher.globo.com”

O “portal mulher.globo.com” foi escolhido para ser analisado, pois ele é feito especialmente para a mulher brasileira, apresentando conteúdo que vai ajudá-la a se cuidar, se realizar, se inspirar e ainda ficar atenta com o que está acontecendo na vida

²⁶Ibidem

²⁷Ibidem

das celebridades. Além disso, ele fica hospedado no portal de notícias globo.com, que possui mais de 1 bilhão de páginas acessadas por mês e é um dos sites mais visitados do país, segundo dados²⁸ de março deste ano. Os números também mostram que 46% dos acessos são feitos por mulheres. Desta forma, é possível concluir que já que o “mulher.globo.com” está dentro de um outro portal com tantos acessos, ele também receberá um grande número de visitas femininas.

Portanto, o “mulher.globo.com” agrega conteúdo de diversos sites das Organizações Globo, como os das revistas Marie Claire, Vogue, Glamour, Crescer, Casa e Jardim e GQ Brasil, dos programas de televisão Bem Estar e Globo Esporte, do canal GNT e dos sites Ego, Meus cinco minutos e Receitas.com. O portal apresenta diariamente uma média de cinco matérias em *destaque*, com fotos grandes e coloridas, buscando causar impacto, e chamadas que indicam o tema da matéria e o título.

As matérias estão dispostas em seis categorias: *cuide-se*, *horóscopo*, *realize-se*, *testes*, *inspire-se* e *famosos*, uma seguida da outra²⁹. Todas elas ocupam um espaço horizontal na página, sendo que as seções *cuide-se*, *realize-se* e *inspire-se* são subdivididas em mais duas categorias: *moda e estilo* e *beleza e saúde*; *comportamento e família e trabalho*; e *casa e decoração* e *gastronomia*, respectivamente. Cada subcategoria possui não mais do que três matérias por dia.

Sendo assim, primeiramente, será feita uma análise geral do portal, ou seja, um estudo sobre as características das matérias relacionadas ao corpo feminino que serão investigadas. Após essa abordagem, a pesquisa fará uma avaliação sobre os textos nele encontrados, buscando identificar se existem ou não padrões comuns sobre como deveria ser o corpo feminino direcionado às mulheres leitoras e, se existirem, quais seriam eles. As matérias possuem temas variados, como prática de exercícios físicos, dieta, cirurgia plástica, moda e tratamento de doenças.

Desse modo, em cinco dias de pesquisa, foram selecionados 27 textos, sendo que nove estavam em *destaque* no portal e 18 na seção *cuide-se* (oito ficaram hospedados na subcategoria *moda e estilo* e dez na subcategoria *beleza e saúde*).

Das matérias escolhidas, nove pertenciam ao site Ego, quatro à revista Quem, três ao Globo Esporte e ao GNT (cada), dois às revistas Glamour, Vogue e Marie Claire (cada) e um em cada site da revista Monet e do jornal Extra.

²⁸Disponível em: <http://anuncie.globo.com/redeglobo/sites/home.html> Acesso em: 08/05/2014

²⁹Ver anexo com imagens do portal.

4.2.1 Análise geral do portal

O “portal *mulher.globo.com*” foi criado em fevereiro de 2014 como a categoria *mulher* da página *globo.com*, junto com *notícias*, *esportes*, *entretenimento*, *tecnologia* e *vídeos*.

Como já ressaltado, ele é subdividido nas categorias *cuide-se*, *horóscopo*, *realize-se*, *testes*, *inspire-se* e *famosos*. É importante observar que metade das seis categorias possui verbos no modo imperativo, em uma tentativa de lembrar à mulher que acessa aquele portal que ela deve se cuidar, se realizar e se manter inspirada constantemente através de assuntos relacionados à saúde, beleza, moda, família, casa, comida e trabalho.

Essas obrigatoriedades criam um padrão de aparência feminina. Segundo a página, por exemplo, a leitora precisa estar atenta às tendências da moda para ser estilosa, como indicado na matéria do site do canal GNT “Óculos de sol: aposte nas três principais tendências da temporada”³⁰, que usa imagens de celebridades tidas como estilosas vestindo diferentes tipos de óculos como modelos para suas leitoras.

A mulher também precisa ter saúde para ser bela, como mostra a matéria do site Ego “Beleza após os 30: especialistas das famosas dão dicas de cuidados”³¹, que descreve como as mulheres acima dos 30 anos podem evitar o que texto chama de “defeitos”, como seios menos firmes e gorduras pelo corpo, através de uma alimentação equilibrada.

Manter esse padrão de aparência física é uma tarefa difícil, por isso, o “*mulher.globo.com*” é recheado de dicas pontuais para ajudar suas leitoras.

É o caso de “Barrinha de cereal: o lanche prático deve fornecer ao menos 3g de fibras”³². A matéria do site do Globo Esporte fala sobre como as pessoas muitas vezes se enganam ao procurar nas barrinhas de cereal um lanche saudável, pois várias delas apresentam poucas fibras e muito açúcar. A publicação dá os valores nutricionais de 11

³⁰Disponível em: <http://gnt.globo.com/moda/noticias/Oculos-de-sol--aposte-nas-tres-principais-tendencias-da-temporada.shtml> Acesso em: 15/04/2014

³¹Disponível em: <http://ego.globo.com/beleza/noticia/2014/03/beleza-apos-os-30-especialistas-das-famosas-dao-dicas-de-cuidados.html> Acesso em: 15/04/2014

³²Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/nutricao/noticia/2014/03/barrinha-de-cereal-o-lanche-pratico-deve-fornecer-ao-menos-3g-de-fibras.html> Acesso em: 01/05/2014

tipos de barrinhas de cereal e ainda fornece uma receita para que a pessoa faça o próprio lanche em casa.

Já o texto “Folk Style: aposte em acessórios com franjas e monte seu look de outono”³³ do site da revista Marie Claire apresenta à leitora uma galeria de imagens com mulheres famosas vestindo roupas de estilo *folk*, que, de acordo com a publicação, é a mais nova tendência da estação.

E o texto “Dúvidas comuns sobre corrida para auxiliar quem está começando”³⁴ fala sobre cinco questionamentos que normalmente os iniciantes têm sobre corrida, incluindo horário de treinamento, tipo de malhação e lugar para se exercitar.

Essas dicas bem demarcadas traduzem padrões, que facilitam a transformação do indivíduo e seu entorno, já que só é preciso seguir o que o site indica. Para fazer um lanche saudável é preciso consumir um tipo específico de barrinha de cereal. Para estar estilosa na próxima estação é preciso usar peças *folk*. Para manter o corpo saudável é preciso correr de determinada maneira. Sabendo exatamente o que fazer, o leitor conseguirá se policiar melhor, controlando o modo como está se cuidando, se realizando e se inspirando.

Além das dicas, ainda há matérias que ensinam o passo a passo para fazer alguma coisa. São os casos dos textos “Aprenda a diversificar os penteados com franja como Giovanna Antonelli na novela 'Em família’”³⁵, do site do jornal Extra; e “Para copiar: cabelo com efeito volumoso na raiz é tendência entre famosas no red carpet”³⁶, da página online da revista Marie Claire. A primeira ensina à leitora como fazer quatro penteados diferentes, dois para a noite e dois para o dia, e a segunda mostra como moldar o cabelo igual às atrizes Jennifer Lawrence, Angelina Jolie e Karolina Kurkova, de modo que quem usa o cabelo volumoso na raiz é simples, elegante e sexy, segundo a publicação.

Além de dicas e passo a passo para um corpo ideal, o portal ainda oferece testes para provar o conhecimento das leitoras sobre sua aparência. Durante o tempo que o

³³Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Moda/fotos/2014/03/folk-style-aposte-em-acessorios-com-franjas-e-incremente-seu-look-de-outono.html> Acesso em: 01/05/2014

³⁴Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/treinos/noticia/2014/03/duvidas-comuns-sobre-corrida-para-auxiliar-quem-esta-comecando.html> Acesso em: 01/05/2014

³⁵Disponível em: <http://extra.globo.com/mulher/beleza/cabelos/aprenda-diversificar-os-penteados-com-franja-como-giovanna-antonelli-na-novela-em-familia-11943549.html> Acesso em: 02/05/2014

³⁶Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2014/03/para-copiar-ja-cabelo-com-efeito-volumoso-na-raiz-e-tendencia-entre-famosas-no-red-carpet.html> Acesso em: 02/05/2014

“portal mulher.globo.com” foi avaliado para esta pesquisa, três testes apareciam diariamente na página: “Exercício certo: Qual é a atividade física ideal para você?”³⁷, “Na balança: Qual a dieta feita sob medida para você?”³⁸ e “Questão de pele: Você sabe cuidar da sua pele? Descubra aqui”³⁹.

O primeiro possui perguntas que indicam onde o indivíduo mais gosta de praticar exercícios, o que ele normalmente come, qual seria o seu modelo de corpo perfeito e sua musa inspiradora. Já o segundo, questiona o objetivo da dieta (todos os objetivos têm a ver com o emagrecimento, ou seja, a leitora não pode estar querendo ganhar peso ou apenas possuir uma alimentação mais saudável), o que não pode faltar no prato de quem está fazendo o teste e o que a leitora está disposta a deixar de lado para emagrecer. Finalmente, a última avaliação testa os conhecimentos da mulher sobre os procedimentos a serem realizados para se obter uma pele boa. As perguntas estão relacionadas à exposição da pele ao sol, manchas, celulite, estria e técnicas cosméticas. Ao final dos três testes, a leitora já sai com a dieta perfeita, o exercício físico ideal e conhecimentos suficientes para ter uma pele bem cuidada, segundo o portal.

Os testes são um modo do indivíduo se comunicar consigo mesmo e descobrir sentimentos e pensamentos, afirma Raisborough (2011), acrescentando que eles são um bom exemplo de como a mídia apresenta aspectos mundanos como grandes problemas a serem diagnosticados e solucionados. Mesmo sendo uma forma de entretenimento, os testes são uma maneira de fazer com que o próprio indivíduo mantenha vigília e controle sobre si, ressalta a socióloga.

É através dos testes e das reportagens jornalísticas que os padrões do bom cidadão já destacados por Meredith Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011) de renovação, restauração e manutenção infinitas de si próprio vão se propagar na “cultura da transformação”.

A seguir segue uma análise mais detalhada das 27 matérias publicadas no “mulher.globo.com” relacionadas ao corpo feminino. Este estudo pretende identificar como esses padrões de renovação, restauração e manutenção de si, identificados nesta

³⁷Disponível em: <http://gnt.globo.com/bem-estar/quiz/Qual-atividade-fisica-e-ideal-para-voce-.shtml>
Acesso em: 02/05/2014

³⁸Disponível em: <http://gnt.globo.com/bem-estar/quiz/Quiz--qual-a-dieta-ideal-para-voce-.shtml> Acesso em: 02/05/2014

³⁹Disponível em: <http://gnt.globo.com/bem-estar/quiz/Quiz-Questao-de-Pele--faca-o-teste-e-veja-se-voce-sabe-se-cuidar.shtml> Acesso em: 02/05/2014

primeira parte da pesquisa sobre o portal, estão inseridos no modo como o corpo da mulher é apresentado no portal.

4.2.2 Análise das matérias relacionadas ao corpo feminino

As primeiras matérias analisadas foram as do site Ego, uma página de entretenimento que pretende ser uma referência em comportamento, estilo de vida, moda e informações sobre as celebridades. Segundo dados de dezembro de 2013, o site possui 211.5 milhões de páginas vistas por mês e 12.3 milhões de visitantes únicos, aqueles que acessam a página pela primeira vez⁴⁰. O maior número de acessos do site vem do público masculino, que compõe 53% dos acessos, sendo que 34% pertencem à faixa etária de 25 a 34 anos.

A primeira matéria do Ego publicada no “mulher.globo.com” cujo tema era o corpo foi “**Perlla perde 19 quilos com malhação e dieta: 'Quero emagrecer mais três'**”⁴¹, hospedada logo em *destaque* no portal no dia 20 de março. A matéria fala sobre a luta da cantora Perlla para voltar ao peso de solteira após duas gravidezes. Apesar dela ter perdido 19 quilos, a cantora diz continuar insatisfeita e pretende perder mais três:

Estou na ativa desde que a Pietra fez dois meses. Fui na minha ortomolecular, Dra. Heloísa Rocha, primeiro para voltar a fazer tratamento e seguir uma dieta com nutricionista e depois veio a academia. Consegui chegar ao meu peso de solteira, que era o que eu queria. Mas sabe como é mulher, né? Quero perder mais um pouco, uns três quilos. E também quero secar mais nas pernas e nos braços, que são meu grande problema. Parece que minha gordura toda acumula ali (*risos*). Falta pouco para eu ficar completamente satisfeita! Minha barriga já está lisinha, graças a Deus. E eu não fiz nada, só usei cinta e perdi o inchaço que ganhei na gravidez. São 19 quilos a menos, né? É muita coisa! Suei e quero suar ainda mais.⁴²

A matéria continua explicando como a cantora conseguiu perder tanto peso somente com uma “reeducação alimentar”, que proíbe o consumo de pão e chocolate e substitui o açúcar pelo adoçante, o que para Perlla era insuportável inicialmente. A cantora também contou que vai à academia diariamente durante duas horas para fazer exercícios aeróbicos e de musculação.

⁴⁰Disponível em: <http://anuncie.globo.com/redeglobo/sites/entretenimento/ego.html> Acesso em: 01/05/2014

⁴¹Disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/03/perlla-perde-19-quilos-com-malhacao-e-dieta-quero-emagrecer-mais-tres.html> Acesso em: 02/05/2014

⁴²Ibidem

A roupa vestida pela entrevistada também chama a atenção da jornalista Juliana Maselli, que escreveu a matéria. Ela ressalta que, apesar de a cantora utilizar um macacão decotado, ela colocou uma blusa por cima para não expor as costas nuas e garante que a mudança no guarda-roupa de Perlla, que já foi cantora de funk e agora está no ritmo gospel, não tem a ver com a religião, mas apenas uma mudança de gosto. Perlla diz que como agora é casada e tem duas filhas, não precisa mais se vestir de forma sensual e que consegue usar roupas bonitas, porém discretas.

Vários pontos chamam a atenção neste texto. Primeiramente, a questão da mulher insatisfeita com seu corpo. Mesmo tendo atingido seu objetivo, Perlla admite que não está satisfeita e já traçou uma nova meta para perder mais três quilos. Isso reflete o que Raisborough chamou a atenção em sua pesquisa (2011) ao citar Bauman falando sobre a construção do sujeito na sociedade de consumo, que, movido por um constante sentimento de insatisfação e uma demanda pela venda da imagem, inova-se, transforma-se e controla-se incessantemente.

Aí vem o segundo ponto que é a rotina da cantora para que ela consiga atingir seus objetivos: a alimentação controlada e os exercícios diários. Perlla fala da dificuldade de se adaptar a uma rotina que não envolve comidas calóricas e de deixar as duas filhas para ir à academia. Essa é a típica figura do herói da “cultura da transformação” de Jones (*apud* RAISBOROUGH, 2011), aquele que luta contra a própria natureza do corpo. O esforço de Perlla para se alimentar bem e ir à academia mesmo tendo que se afastar das filhas em nome de uma melhora na performance corporal faz com que ela seja uma heroína.

E um terceiro aspecto a ser observado é o motivo pelo qual a roupa da cantora pode agora ser menos sensual. Ela já não possui mais a obrigação de conquistar um marido, por isso, não “precisa”, como ela mesmo diz, usar esse tipo de vestimenta. Esta afirmação da entrevistada lembra o que Anne-Marie Sohn fala em *A história do corpo 3*, quando ressalta que o casamento por amor demandou dos indivíduos uma preocupação com o corpo para a conquista. No caso de Perlla, como ela já fez essa conquista, a exibição do corpo para o olhar masculino já não é mais tão importante. Então, uma questão a ser pensada é: será que a demanda por um corpo bonito, trabalhado e cuidado baseada também pelo olhar masculino ainda é a mesma do início do século XX até agora?

Seguindo essa linha de notícia, no mesmo dia em que essa matéria foi publicada, outra sobre a atriz Deborah Secco e sua dieta para perder 11 quilos foi parar na seção *cuide-se* na parte de *beleza e saúde*. Dessa vez, porém, o texto “**Deborah Secco faz dieta detox e chega aos 50 quilos**”⁴³ conta com o depoimento da médica ortomolecular Heloísa Rocha, que, por sinal, é a mesma que ajudou Perlla a perder os 19 quilos.

A jornalista Luciana Tecidio conta no texto que Deborah foi submetida a um exame que está na moda chamado *Food Detective* para descobrir quais são os alimentos que a pessoa tem intolerância. No caso da atriz, ela é intolerante a nove tipos de alimentos, que foram retirados de sua dieta. A matéria explica a diferença de alergia para intolerância alimentar e destaca como o corpo reage aos alimentos intolerantes.

O texto diz que, além da dieta personalizada, Deborah ainda vai à academia e se submete a um tratamento estético no consultório da médica, que afirma que “ela é bem disciplinada, frequenta a estética e realiza aparelhos como o Lipocavitação – excelente para queima de gordura e o Freeze, que além de queimar gordura localizada, melhora aspecto de flacidez”⁴⁴.

Mais uma vez aparecem aqui a importância de se manter magra e disciplinada e os esforços que devem ser realizados para atingir esse objetivo. No caso desta matéria, o discurso da médica foi essencial para atestar como a disciplina é imprescindível para manter a transformação do corpo.

No dia seguinte, 21 de março, na mesma subcategoria *beleza e saúde*, aparece a matéria “**Beleza após os 30: especialistas das famosas dão dicas de cuidados**”⁴⁵. O texto começa assim: “Bolsas abaixo dos olhos, seios com menos firmeza, gordurinhas pelo corpo ou queda mais acentuada dos cabelos: existem muitos itens na lista de defeitos que as mulheres – e alguns homens também – conseguem enxergar em si mesmas, principalmente após os 30 anos”⁴⁶.

Depois disso, a matéria usa o depoimento da dermatologista Karla Assed, que atende Deborah Secco, Claudia Leitte, Juliana Knust, Bárbara Borges e Raica de Oliveira, para afirmar que, a partir dos 30, a mulher começa a diminuir sua produção de colágeno, ocasionando esses “defeitos”.

⁴³Disponível em: <http://ego.globo.com/beleza/noticia/2014/03/deborah-secco-faz-dieta-detox-e-chega-aos-50-quilos.html> Acesso em: 20/03/2014

⁴⁴Ibidem

⁴⁵Disponível em: <http://ego.globo.com/beleza/noticia/2014/03/beleza-apos-os-30-especialistas-das-famosas-dao-dicas-de-cuidados.html> Acesso em: 21/03/2014

⁴⁶Ibidem

A solução, segundo a médica, é apostar em tratamentos estéticos para estimular a produção da substância. “Cremes com vitamina C ou à base de caviar, ácido retinoico e tratamentos despigmentantes são algumas das opções disponíveis”⁴⁷, diz ela.

“Para chegar aos 30 com tudo em cima”, diz a revista, a nutricionista das famosas Cleo Pires e Fernanda Paes Leme, Andréa Santa Rosa, afirma que é necessário prestar atenção na saúde reprodutiva da mulher e “o ideal é ingerir os aminoácidos presentes em carnes magras e nozes, nutrientes como o manganês e o ácido fólico, encontrados nas folhas verdes e nos grãos integrais, e aumentar a ingestão de zinco, um mineral encontrado nas amêndoas, carnes e ostras”⁴⁸, explica a médica, que ressalta que após os 35 anos a preocupação deve mudar e focar mais na transição para uma menopausa tranquila, ingerindo mais brócolis, semente de gergelim, feijão-branco e sementes de melão para estimular a produção de cálcio.

Além de alimentação saudável e exercícios físicos, o site Ego também vai se preocupar em ditar a moda para suas leitoras, dando exemplos do que deve ser seguido e do que não pode ser usado. Várias matérias têm este perfil. É o que acontece, por exemplo, em **“Veja sugestões para copiar o estilo de Sophie Charlotte”**⁴⁹. Segundo o texto, a atriz da Rede Globo mistura a “bossa” do Brasil com a sofisticação europeia, investindo em um estilo simples, porém com detalhes rebuscados. “A atriz faz questão de mostrar que conforto e estilo são essenciais na hora de se vestir”⁵⁰, diz a publicação. A matéria então destrincha um *look* de Charlotte, mostrando onde comprar cada peça de roupa e maquiagem e o preço dos produtos.

Já o texto **“Gracy Barbosa usa terninho, mas mantém abdômen sarado”**⁵¹ fala sobre o estilo da ex-dançarina e esposa do cantor Belo, que postou uma foto na rede social Instagram usando uma blusa que deixava toda a barriga à mostra em baixo de um blazer, duas peças de roupa que dificilmente se imaginariam juntas.

Apesar de ressaltar o “abdômen supersarado” de Gracy, a matéria, porém, mostra que muitos de seus seguidores não gostaram da combinação e deixa para os leitores darem suas opiniões nos comentários.

⁴⁷Ibidem

⁴⁸Ibidem

⁴⁹Disponível em: <http://ego.globo.com/moda/noticia/2014/03/veja-sugestoes-para-copiar-o-estilo-de-sophie-charlotte.html> Acesso em: 01/05/2014

⁵⁰Ibidem.

⁵¹Disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/03/gracy-barbosa-usa-terninho-mas-mantem-abdomen-sarado-mostra.html> Acesso em: 22/03/2014

A requisição do palpite dos leitores é, aliás, um recurso muito utilizado pelo site para interagir com seu público. A matéria **“Com ou sem maquiagem? Cara Delavingne, Rihanna e Kim Kardashian postam selfies após acordar”**⁵², que ficou em *destaque* no “mulher.globo.com”, traz uma galeria de imagens de 12 famosas nacionais e internacionais que tiram foto ainda na cama logo após acordar e questiona as leitoras para saber sua opinião sobre essa nova tendência.

Além de moda, exercícios físicos e alimentação, o Ego também vai postar matérias que têm como foco o corpo das celebridades. É o caso de **“Alicia Keys vai à praia e não tira short para mergulhar no mar”**⁵³. O texto, permeado com algumas fotos da cantora norte-americana, questiona se ela estaria com medo das fotos dos paparazzis mostrarem uma possível imperfeição.

Já o texto **“Brasileira alvo de paparazzi em praia dos EUA lançará linha de biquíni”**⁵⁴ fala sobre a modelo Júlia Pereira, notícia no jornal *Daily Mail* “por conta de seu corpo perfeito”, diz o texto.

Natural do Rio Grande do Sul, Júlia conta ao Ego que não faz muitos sacrifícios para manter a forma e que recebe ajuda da genética, porém mantém uma dieta saudável, evitando frituras e gorduras, é adepta do *shake* de proteína, além da academia e do tratamento contra celulites.

E, por fim, a última matéria do Ego avaliada nesta pesquisa é **“Atriz de ‘Malhação’ que pesa 41kg diz que sofre para comprar roupa”**⁵⁵. O texto fala sobre a atriz Anna Rita Cerqueira de 15 anos que “tem rosto, medidas e cabelo típicos de uma boneca” e que pretende cursar faculdade de moda para desenhar as próprias roupas, já que por causa de seu peso e altura – 1,55m e 41 kg – tem sempre que ajustar as roupas que compra.

Apesar de a atriz vestir o manequim 34, as peças costumam ‘engolir seu corpo’, como define. Com 1,55m de altura e 41 quilos, Anna Rita quer intensificar a malhação para aumentar os músculos nos próximos meses. ‘Gosto de capoeira e acrobacia aérea no tecido, que ajudam muito a definir o corpo’, afirma ela, que tem 87 cm de quadril e 69 cm de busto⁵⁶.

⁵²Disponível em: <http://ego.globo.com/beleza/fotos/2014/03/com-ou-sem-maquiagem-cara-delevingne-rihanna-e-kim-kardashian-postam-selfies-apos-acordar.html#F272170> Acesso em: 01/04/2014

⁵³Disponível em: <http://ego.globo.com/praias/noticia/2014/03/alicia-keys-vai-praia-e-nao-tira-short-para-mergulho-no-mar.html> Acesso em: 23/03/2014

⁵⁴Disponível em: <http://ego.globo.com/moda/noticia/2014/03/brasileira-alvo-de-paparazzi-em-praias-dos-eua-lancara-linha-de-biquinis.html> Acesso em: 23/03/2014

⁵⁵Disponível em: <http://ego.globo.com/moda/noticia/2014/03/atriz-de-malhacao-que-pesa-41kg-diz-que-sofre-para-comprar-roupa.html> Acesso em: 24/03/2014

⁵⁶Ibidem

É importante observar que o texto em momento algum ressalta que o índice de massa corporal (IMC) da atriz (17,1), está abaixo do normal, que é entre 18,5 e 24,9. Esse é um bom exemplo para o que Owen e Spencer (2013) disseram sobre a mídia propagar um corpo que não é saudável e que faz com que as mulheres de baixa autoestima queiram se sentir melhor através da diminuição do seu IMC:

A exposição à mídia em que um corpo ideal feminino muito magro (isto é, uma mulher com o IMC abaixo de 18,5) é retratado como uma luz positiva está relacionada a uma queda na satisfação da mulher com seu próprio corpo e um aumento da imagem corporal relacionada à ansiedade.⁵⁷

Dessa forma, é possível identificar algumas tendências nas matérias do site Ego: disseminar um ideal de corpo magro, sarado, trabalhado, saudável, cuidado e em constante modificação, sempre usando como modelo uma mulher famosa e um discurso científico como autoridade. Existe, porém, uma contradição nesses padrões, já que eles nem sempre são tão benéficos como pretendem ser. É o caso, por exemplo, da matéria sobre a atriz Anna Rita Cerqueira e suas “medidas de boneca”. O texto omite o fato de que ela, na verdade, possui um peso abaixo do que o considerado saudável pelos médicos.

As matérias do site também se propõem a diminuir a distância entre pessoas famosas e não famosas através da exposição das dicas das celebridades para se tornarem iguais a elas ou do questionamento sobre o corpo das artistas, como no caso das matérias sobre a cantora Alicia Keys e a ex-dançarina Gracy Barbosa, que, apesar do status de celebridade, apresentam corpo e estilo duvidosos, assim como qualquer outra pessoa.

As próximas matérias avaliadas foram a do site do programa de televisão Globo Esporte, que publica textos sobre cuidados com a saúde, importância de se praticar exercícios físicos e alimentação saudável. Segundo dados de dezembro de 2013⁵⁸, 49% das pessoas que acessam o site do programa são mulheres maiores de idade, sendo que 50% dos leitores totais possuem mais de 50 anos.

⁵⁷(Tradução da autora desta monografia) “Moreover, exposure to media in which a very thin ideal female body (that is, a woman with a BMI under 18.5) is portrayed in a positive light is correlated with a drop in female body satisfaction and an increase in body image related anxiety” Disponível em: http://www.researchgate.net/publication/236976651_Body_ideals_in_women_after_viewing_images_of_typical_and_healthy_weight_models Acesso: 03/04/2014

⁵⁸Disponível em: <http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/GloboEsporte.aspx#> Acesso em: 01/05/2014

Atentos ao seu público, a primeira matéria do site registrada nesta pesquisa na subcategoria *beleza e saúde* é “**Fisioterapia aquática é alternativa para tratar dor e curar fascite plantar**”⁵⁹, uma inflamação na sola do pé que atinge majoritariamente adultos, principalmente as mulheres, e que causa muita dor no calcanhar. O texto explica as causas e indica a fisioterapia aquática como sendo o melhor tratamento para a doença, orientando, detalhadamente, a leitora sobre o que deve ser feito no momento de crise e pós-crise.

É importante observar que a matéria foi escrita por uma professora de educação física e fisioterapeuta, não por um repórter, e que a página do Globo Esporte diz que “as informações e opiniões emitidas neste texto são de inteira responsabilidade do autor, não correspondendo, necessariamente, ao ponto de vista do Globoesporte.com”⁶⁰.

A mesma coisa acontece no dia seguinte, 21 de março, na matéria “**Barrinha de cereal: o lanche prático deve fornecer ao menos 3g de fibras**”⁶¹, escrita pela nutricionista Cristiane Perroni sobre a importância do consumidor verificar a tabela de nutrientes do produto, já que muitas barrinhas não possuem a quantidade de fibras suficientes para fazer o efeito que o consumidor espera.

A nutricionista divulga uma tabela com exemplos de barras de cereais e seus valores nutricionais e dá uma receita para a leitora fazer sua própria barrinha em casa. Mais uma vez, as opiniões expressas na matéria não são necessariamente do Globo Esporte.

Três dias depois que essa matéria foi publicada na seção *cuide-se*, um outro texto do Globo Esporte sobre corrida foi postado no “portal mulher.globo.com”: “**Dúvidas comuns sobre corrida para auxiliar quem está começando**”⁶², escrita pelo educador físico, Gustavo Luz, respondendo cinco perguntas que dizem respeito a emagrecimento, correr na esteira *versus* correr na rua, horário de treinamento, quem pode praticar o exercício e se a corrida deve vir acompanhada de malhação. As opiniões expressas no texto não correspondem às do Globo Esporte, alerta o site.

⁵⁹Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/saude/noticia/2014/03/fisioterapia-aquatica-e-alternativa-para-tratar-dor-e-curar-fascite-plantar.html> Acesso em: 20/03/2014

⁶⁰Ibidem

⁶¹Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/nutricao/noticia/2014/03/barrinha-de-cereal-o-lanche-pratico-deve-fornecer-ao-menos-3g-de-fibras.html> Acesso em: 21/03/2014

⁶²Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/treinos/noticia/2014/03/duvidas-comuns-sobre-corrida-para-auxiliar-quem-esta-comecando.html> Acesso em: 24/03/2014

As três matérias estudadas da página do Globo Esporte estavam disponíveis na seção *cuide-se* na parte de *beleza e saúde*. Pode-se observar claramente o uso do discurso do especialista nos textos. Assim como nas matérias do site Ego, o especialista dá credibilidade à matéria, ao discurso que está sendo proferido, principalmente se ele se refere à saúde, propagando uma moral do aperfeiçoamento, do se tornar melhor (RAISBOROUGH, 2011).

Essa acessibilidade da leitora ao que está acontecendo ou ao que pode acontecer dentro de si faz do seu corpo uma plataforma de vigilância, risco e aperfeiçoamento, diz Raisborough (2011), acrescentando que a mídia dá as informações necessárias para que o indivíduo mantenha o controle sobre si mesmo. O discurso dos meios de comunicação diagnostica problemas e identifica soluções para transformar o consumidor em um cidadão funcional.

Daí, por exemplo, a questão do envelhecimento, que diminui o potencial de performance do ser humano. A socióloga Michelle Smirnova (2012) diz que as mulheres mais velhas, para se sentirem valorizadas, precisam negociar com os discursos culturais sobre a idade, a raça, a sexualidade e a saúde que perpassam seus corpos. Essas mulheres, porém, são estimuladas pela mídia a se conformar com os discursos proferidos, diz Raisborough (2011).

Essa aliança entre corpo, juventude e saúde é mais uma vez encontrada nas matérias do site da revista Glamour, cujo público é formado 56% por mulheres, sendo que 36% delas estão na faixa entre 24 e 34 anos. As publicações da Glamour, que recebe uma audiência mensal de 2.727.000 de pessoas, incluindo revista, página online e redes sociais, pretendem adicionar charme e beleza na vida das leitoras, com “bom-humor, irreverência e ousadia”⁶³.

Sendo assim, das duas matérias do site avaliadas nesta monografia, uma fala sobre alimentação e a outra sobre “barrigas inspiradoras”. “**#sqn: 10 alimentos que parecem magros, mas analisando bem... tem lá suas armadilhas**”⁶⁴, na seção *cuide-se* na parte de *beleza e saúde*, é uma matéria traduzida da Glamour norte-americana com

⁶³Disponível em: http://editora.globo.com/midiakit/gl/midiakit_gl.pdf Acesso em: 01/05/2014

⁶⁴Disponível em: <http://revistaglamour.globo.com/Beleza/Fitness-e-dieta/noticia/2014/03/sqn-10-alimentos-que-parecem-magros-mas-analisando-bem-tem-la-suas-armadilhas.html> Acesso em: 24/03/2014

uma lista de dez alimentos que parecem fazer emagrecer, mas não fazem. O texto explica o porquê desses alimentos serem mais calóricos do que aparentam.

Já a matéria **“Top 7 barrigas inspiradoras das celebs que a gente <3!”**⁶⁵, em *destaque* no “mulher.globo.com”, apresenta uma galeria de fotos com famosas nacionais e internacionais jovens de barriga de fora, sendo que cada uma delas possui uma barriga diferente categorizada pelo site como, por exemplo, seca, superseca, supersarada, com curvas e magra por natureza.

Nessas duas matérias da Glamour, é importante observar a linguagem coloquial usada nos textos, inclusive o uso de abreviações e *hashtags*, e, mais uma vez, o culto ao corpo magro jovem associado à alimentação e, por conseguinte, à saúde.

A exaltação da magreza associada ao belo e ao saudável será perpetuada também na matéria **“Entenda os riscos de cirurgias plásticas estéticas”**⁶⁶, na página do canal GNT, cujo público é formado 62% por mulheres majoritariamente entre os 25 e 34 anos de idade⁶⁷. O texto lista os riscos cirúrgicos de quatro operações estéticas – prótese de silicone nos seios, blefaroplastia⁶⁸, rinoplastia⁶⁹ e lipoaspiração – com a ajuda de um cirurgião plástico, que explica os perigos relacionados à anestesia, sangramento, rejeição ao material inserido no corpo, deslocamento da prótese, inchaços, trombose e perfuração dos órgãos. O texto ficou exposto no “portal mulher.globo.com” na seção *cuide-se* na parte de *beleza e saúde*.

A página online do GNT também disponibiliza matérias sobre moda e estilo. É o caso de **“Óculos de sol: aposte nas três principais tendências da temporada”**,⁷⁰ que fala sobre três tipos de óculos escuros que estão sendo usados por pessoas famosas para se proteger dos raios nocivos solares “com estilo”, e **“Candice Swanepoel exhibe abdômen sequinho em ensaio de biquíni”**⁷¹, em *destaque* no “mulher.globo.com”, que fala sobre o “abdômen definido” da “modelo da barriga negativa”⁷² para a nova campanha de moda-praia da marca norte-americana Victoria’s Secret.

⁶⁵Disponível em: <http://revistaglamour.globo.com/Beleza/Fitness-e-dieta/fotos/2014/03/top-7-barrigas-inspiradoras-das-celebs-que-gente-3.html> Acesso em: 21/03/2014

⁶⁶Disponível em: <http://gnt.globo.com/bem-estar/noticias/Entenda-os-riscos-de-cirurgias-plasticas-esteticas.shtml> Acesso em: 22/03/2014

⁶⁷Disponível em: <http://anuncie.globo.com/mediakit/globosat/gnt.html> Acesso em: 01/05/2014

⁶⁸Cirurgia na pálpebra

⁶⁹Cirurgia para reconstruir ou remodelar o nariz

⁷⁰Disponível em: <http://gnt.globo.com/moda/noticias/Oculos-de-sol--aposte-nas-tres-principais-tendencias-da-temporada.shtml> Acesso em: 01/05/2014

⁷¹Disponível em: <http://gnt.globo.com/moda/noticias/Candice-Swanepoel-exibe-abdomen-sequinho-em-ensaio-de-biquini.shtml> Acesso em: 24/03/2014

⁷²Abdômen chapado

Então, nas três matérias do site do canal GNT, que apresenta uma grade de programação e matérias voltadas especificamente para o público feminino, foi possível observar também a associação da beleza com a saúde, como na matéria sobre as cirurgias plásticas, que precisam ser cuidadosamente realizadas para que se obtenha o resultado desejado; e associação da moda também com a saúde, como no texto sobre os óculos escuros, que são importantes para se proteger contra os raios solares, mas que também podem ser acessórios estilosos para o dia a dia. O uso da figura da celebridade é, mais uma vez, um recurso do site, como na matéria dos óculos escuros e do “abdômen definido” da modelo Candice Swanepoel.

Essa combinação de moda, estilo e celebridade também pode ser claramente observada nas matérias do site da revista Quem, cujo maior número de acessos, por incrível que pareça, é do público masculino (51% dos acessos são feitos por homens entre 25 e 34 anos⁷³).

“**Gisele Bündchen exhibe corpo sequinho em dia de praia com família**”⁷⁴ fala sobre as férias da modelo com sua família na Costa Rica e enaltece seu “corpo sequinho e a barriga sarada” através de quatro imagens da modelo na praia.

Já “**O esmalte, o batom e a maquiagem de Giovanna Antonelli, a Clara de 'Em Família'**”⁷⁵ ressalta que tudo o que Antonelli usa nas novelas em que aparece vira *hit* e, por isso, a Quem já estava antecipando o que vem por aí. A matéria é bem parecida com a do site Ego sobre a também atriz Sophie Charlotte e destrincha a maquiagem de Giovanna na televisão, informando loja e preço de cada produto.

“**Loiraça, Bruna Marquezine posa super decotada em ensaio**”⁷⁶ aparece em *destaque* no “mulher.globo.com”, mostrando cinco imagens da atriz da Rede Globo vestindo maiô e blusas decotadas e transparentes em um ensaio “ousado, mas de bom gosto e com muito estilo, em uma pegada bem fashion”⁷⁷, diz a matéria.

⁷³Disponível em: <http://quem.globo.com/midiakit/index.html> Acesso em: 01/05/2014

⁷⁴Disponível em: <http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2014/03/gisele-bundchen-exibe-corpo-sequinho-em-dia-de-praia-com-familia.html> Acesso em: 20/03/2014

⁷⁵Disponível em: <http://revistaquem.globo.com/QUEM-Inspira/noticia/2014/03/o-esmalte-o-batom-e-maquiagem-de-giovanna-antonelli-clara-de-em-familia.html> Acesso em: 01/04/2014

⁷⁶Disponível em: <http://revistaquem.globo.com/Torquatto/noticia/2014/03/loiraca-bruna-marquezine-posa-super-decotada-em-ensaio.html> Acesso em: 01/04/2014

⁷⁷Ibidem

E, por fim, a última matéria do site da revista Quem analisada é **“Para se inspirar: a maquiagem de Mila Kunis”**.⁷⁸ O texto diz ter escolhido a atriz norte-americana como modelo porque nos próximos meses toda a mídia internacional estará de olhos nela, já que Kunis dará à luz o filho do astro de Hollywood Ashton Kutcher. Segundo a publicação, a atriz gosta de usar uma maquiagem bem natural e é uma inspiração para quem não gosta de carregar no *make*.

Já no site da revista Vogue, cujo público é formado 52% por mulheres entre os 24 e 34 anos⁷⁹, é possível observar, mais uma vez, a mensagem de que a moda pode ajudar a mulher a ser protagonista de onde estiver e o corpo escultural jovem deve ser fruto de muito esforço. É o caso da matéria **“Fiorella Mattheis mostra barriga trincada em dia de malhação”**,⁸⁰ que começa dizendo que a atriz “é prova viva de que corpão nenhum vem de graça” e ressalta sua “excelente forma física”, barriga seca e trincada, após um treino funcional puxado e uma corrida de sete quilômetros. A matéria, que estava na seção *cuide-se* na parte de *beleza e saúde*, mostrou duas fotos divulgadas pela atriz em seu Instagram.

As leitoras da Vogue não só podem ficar com o corpo esculpido como o de Fiorella, mas também podem ser as “protagonistas” de suas vidas. De acordo com a matéria **“Brincos de peso: tamanho máxi é a pedida certa para os pares do momento”**,⁸¹ as mulheres devem usar brincos “*extra large*” para “brilhar muito” e serem as personagens principais do momento.

Moda, glamour e atenção também são os focos dos textos do site da revista Marie Claire, cujo público é formado 85% por mulheres, sendo sua maioria entre os 35 e 44 anos de idade.⁸² O site dá muitas dicas para suas leitoras utilizarem as últimas tendências da moda para andarem com estilo e chamar a atenção por onde passam.

É o caso das matérias **“Folk style: aposte em acessórios com franja e monte seu look de outono”**⁸³ e **“Para copiar já: cabelo com efeito volumoso na raiz é**

⁷⁸Disponível em: <http://revistaquem.globo.com/QUEM-Inspira/noticia/2014/03/para-se-inspirar-maquiagem-de-mila-kunis.html> Acesso em: 01/05/2014

⁷⁹Dados disponíveis em: http://editora.globo.com/midiakit/vg/midiakit_vg.pdf Acesso em: 02/05/2014

⁸⁰Disponível em: <http://vogue.globo.com/beleza/gente/noticia/2014/03/fiorella-mattheis-mostra-barriga-trincada-em-dia-de-malhacao.html> Acesso em: 20/03/2014

⁸¹Disponível em: <http://vogue.globo.com/moda/guia-de-estilo/noticia/2014/03/brincos-de-peso-tamanho-maxi-e-pedida-certa-para-os-pares-do-momento.html> Acesso em: 01/05/2014

⁸²Dados disponíveis em: http://edglobo.globo.com/MC_MidiaKit.pdf Acesso em: 01/05/2014

⁸³Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Moda/fotos/2014/03/folk-style-aposte-em-acessorios-com-franjas-e-incremente-seu-look-de-outono.html> Acesso em: 01/05/2014

tendência entre famosas no red carpet”⁸⁴, ambas no “portal mulher.globo.com” na seção *cuide-se* na parte de *moda e estilo*. A primeira traz uma galeria de imagens com fotos de famosas vestindo roupas e acessórios de um determinado estilo que já é o *hit* da estação. A matéria pretende fazer com que a leitora fique “superantenada” com as tendências do outono. Já o segundo texto ensina como a leitora pode ficar com os cabelos iguais às celebridades de Hollywood, de um jeito “simples, elegante e com toque sexy”⁸⁵.

O cabelo das leitoras também é o tema da matéria “**Aprenda a diversificar os penteados com franja como Giovanna Antonelli na novela 'Em Família'**”⁸⁶, do site do jornal Extra para mulheres, cujo perfil de quem acessa é composto em sua maioria por pessoas entre os 25 e os 34 anos de idade⁸⁷. O texto mostra como uma mulher não famosa fez o mesmo tipo de franja que a atriz da Rede Globo e pôde variar o penteado. A publicação ainda mostra quatro tipos de penteados que podem ser utilizados para passeios de dia e à noite. O que chama a atenção nesta matéria é eles terem chamado uma mulher não famosa para servir também de exemplo para as leitoras do site. Isso mostra que qualquer pessoa pode conseguir ter o cabelo de Giovanna Antonelli.

A última matéria analisada nesta pesquisa é a do site da revista Monet, cujo público é formado 56% por homens.⁸⁸ “**16 estrelas da música internacional que valorizam a boa forma**”⁸⁹ é um *post* curto que lista celebridades femininas que chamam a atenção não só pelas vozes, mas também pelos corpos que exibem em shows e redes sociais.

Todas as matérias da Glamour, GNT, Quem, Vogue, Marie Claire, Extra e Monet são curtas e mostram muitas imagens com o objetivo de confirmar seus discursos sobre o corpo magro e “saudável”, sendo que essas fotos podem vir de agências de notícias ou das próprias famosas em suas contas nas redes sociais, um movimento já sinalizado por

⁸⁴Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2014/03/para-copiar-ja-cabelo-com-efeito-volumoso-na-raiz-e-tendencia-entre-famosas-no-red-carpet.html> Acesso em: 01/05/2014

⁸⁵Ibidem

⁸⁶Disponível em: <http://extra.globo.com/mulher/beleza/cabelos/aprenda-diversificar-os-penteados-com-franja-como-giovanna-antonelli-na-novela-em-familia-11943549.html> Acesso em: 01/05/2014

⁸⁷Dados disponíveis em: <http://anuncie.globo.com/infoglobo/sites/extra-online/mulher.html> Acesso em: 01/05/2014

⁸⁸Disponível em: <http://anuncie.globo.com/mediakit/editoraglobo/monet.html>
<http://quem.globo.com/mediakit/index.html> Acesso em: 01/05/2014

⁸⁹Disponível em: <http://revistamonet.globo.com/Listas/noticia/2014/03/16-estrelas-da-musica-internacional-que-valorizam-boa-forma.html> Acesso em: 22/03/2014

Sibilia (2008) em *O show do eu*, sobre a internet como plataforma para a exposição do corpo em seus afazeres diários e sua influência na construção da subjetividade em cima do modo como os internautas vão reagir à postagem.

Sobre os efeitos da propagação das imagens de mulheres magras, Owen e Spencer (2013) falam sobre a pesquisa de Friederich *et al.*, que resolveu testar mulheres jovens saudáveis ao mostrar-lhes imagens de mulheres idealmente magras. A pesquisa descobriu que, quando as mulheres viam essas imagens, algumas áreas do cérebro associadas à construção da imagem corporal eram acionadas. A equipe percebeu que a ansiedade apresentada por essas pacientes ao olharem as fotos está associada ao medo, que, por sua vez, está conectado à insatisfação feminina em relação ao próprio corpo.

Esse corpo, como já sinalizado por Edmonds (*apud* SWAMI *et al.*, 2011), faz parte de um status social no Brasil, onde as pessoas vivem ávidas por consumir glamour, modernidade e sexo numa economia neoliberal libidinosa.

Todas as 27 matérias relacionadas ao corpo feminino analisadas aqui propagam uma ideia de que a aparência da mulher contemporânea deve ser magra e estilosa, porém, essa magreza e estilo devem ser frutos de muito trabalho, pesquisa, cuidado, exercícios físicos, dietas e procedimentos cosméticos.

Dessas 27 matérias, nove associam a moda com o poder de chamar a atenção, 14 dão dicas de beleza e saúde, oito utilizam o discurso de especialistas, 20 usam a figura de uma ou mais celebridade feminina para exemplificar alguma coisa, seja um modelo de corpo ou um estilo, e seis foram baseadas em postagem das famosas em redes sociais.

5. CONCLUSÃO

Depois de avaliar durante cinco dias 27 matérias que faziam referência ao corpo feminino no “portal mulher.globo.com”, foi possível chegar à conclusão que, primeiramente, apesar de o portal ser direcionado para mulheres de todas as idades, seis dos nove sites avaliados possuem um público de jovens adultos, o que faz com que os textos escritos sejam direcionados para este usuário específico.

Verifica-se que ao buscar identificar os padrões de aparência feminina, o corpo da jovem adulta, que já é madura o suficiente para tomar decisões sozinha, mas que ainda possui uma juventude natural, é o modelo ideal divulgado pelo portal. Isso é confirmado através dos modelos femininos apresentados nas matérias. Dos 27 textos avaliados, 20 utilizam imagens de mulheres famosas jovens como exemplo de corpo, beleza, saúde, disciplina e bem-estar.

A figura da celebridade foi usada tanto para textos que contavam alguma fofoca ou que disponibilizavam dicas para que a leitora se espelhasse naquela mulher em questão e transformasse o seu corpo naquele corpo da foto.

Porém, em vez de a celebridade ser encarada aqui como um mito ou uma heroína, ela tem a autoridade, por ser célebre, de ser o modelo a ser seguido e alcançado por qualquer mulher, que, se seguir as “instruções”, poderá ficar igual à famosa. É o caso, por exemplo, da matéria “Aprenda a diversificar os penteados com franja como Giovanna Antonelli na novela 'Em Família'”⁹⁰, que mostrou como a administradora Tatiana Costa cortou o cabelo igual à atriz da Rede Globo e conseguiu fazer penteados tão variados quanto aqueles apresentados na novela.

O que todas essas matérias querem mostrar é que, apesar das mulheres (em sua maioria, jovens adultas) famosas serem modelos de corpo, estilo e performance, qualquer pessoa que siga o que é recomendado nos textos pode atingir aquele padrão apresentado: multimulher, que trabalha, cuida do lar e ainda arruma tempo para cuidar de si, fazendo uma dieta balanceada, indo à academia e se submetendo a procedimentos estéticos.

Essa mulher apresentada no portal deve se esforçar ao máximo para melhorar o seu desempenho corporal, que inclui uma boa saúde, um corpo magro e uma aparência que esteja atendida com as últimas tendências da moda.

⁹⁰Disponível em: <http://extra.globo.com/mulher/beleza/cabelos/aprenda-diversificar-os-penteados-com-franja-como-giovanna-antonelli-na-novela-em-familia-11943549.html> Acesso em: 02/05/2014

Esse modelo de performance, apesar de ser o padrão a ser seguido, está sempre mudando. Por isso, vários textos postados no portal mostram as mulheres no processo de melhorar seu desempenho, como é o caso das matérias sobre a atriz Fiorella Mattheis e a cantora Perlla, que estão se exercitando na academia; a matéria sobre como tratar a doença fascite plantar, que mostra uma imagem de uma mulher fazendo ginástica na piscina; ou a matéria que tira dúvidas sobre corrida, que mostra um casal correndo na rua. Todas essas pessoas mostradas nessas publicações estão agindo, estão no processo de aperfeiçoar a sua performance corporal. Portanto, pode-se concluir que o padrão comum nas matérias analisadas é o de se transformar.

Outro ponto observado nesta análise é o uso das redes sociais pelas celebridades para divulgar imagens desse processo de transformação corporal. Se elas não estão postando fotos dentro da academia ou dos pratos de suas dietas, estão divulgando imagens dos resultados parciais desse processo, como é o caso da ex-dançarina e esposa do cantor Belo, Gracy Barbosa, das cantoras Rihanna, Lady Gaga e Beyoncé, da apresentadora Sabrina Sato e da modelo Izabel Goulart, só para citar alguns exemplos de celebridades que postaram fotos com a barriga de fora. Esse é um movimento típico da “tirania da visibilidade”, quando a pessoa tem que mostrar constantemente o que está fazendo, transformando atividades banais, como acordar, se exercitar, comer, sair com os amigos etc em afazeres que misturam esforço e glamour.

É como se as pessoas tivessem que fazer um constante marketing pessoal. Seja ao vivo ou nas redes sociais, o corpo tem um papel fundamental neste exercício de transformar-se, pois é através dos padrões divulgados para ele que a mídia também disponibiliza as regras para a construção da subjetividade contemporânea.

Desta forma, acima de tudo, o corpo ideal deve ser magro. Tanto os testes disponibilizados no portal, quanto as matérias divulgam este tipo de silhueta. Os testes “Exercício certo: Qual é a atividade física ideal para você?”⁹¹ e “Na balança: Qual a dieta feita sob medida para você?”⁹², por exemplo, ao perguntarem qual o objetivo da leitora com a prática de exercícios físicos e com a dieta não dão nenhuma possibilidade que seja apenas para se manter saudável ou ganhar peso. No caso do teste sobre a dieta, as opções de resposta são: “perder peso gradualmente, sem radicalismos”, “emagrecer e

⁹¹Disponível em: <http://gnt.globo.com/bem-estar/quiz/Qual-atividade-fisica-e-ideal-para-voce-.shtml>
Acesso em: 02/05/2014

⁹²Disponível em: <http://gnt.globo.com/bem-estar/quiz/Quiz--qual-a-dieta-ideal-para-voce-.shtml> Acesso em: 02/05/2014

melhorar a função cardiovascular” e “perder peso rapidamente, mesmo que sejam necessários fazer cortes radicais no cardápio”.

Nas matérias, a magreza é estimulada não só pelas imagens das barrigas de fora das celebridades, como também pelos adjetivos atribuídos nos textos para esses abdômens. A cantora Perlla, por exemplo, tem o “corpo enxuto”, Deborah Secco tem um corpo disciplinado, celebridades acima dos 30 anos, como Cláudia Leitte, Juliana Knust e Bárbara Borges estão com “tudo em cima”, Gracy Barbosa tem um “abdômen supersarado”, a modelo Júlia Pereira tem “um corpo perfeito”, a atriz Anna Rita Cerqueira tem “rosto, medidas e cabelo de boneca”, as sete celebridades que têm os corpos mais bonitos possuem abdômens secos, supersecos, supersarados, com curvas ou esculpidos naturalmente, a modelo Candice Swanepoel tem um corpo “definido”, Gisele Bündchen um corpo “sequinho” e Fiorella Mattheis um “corpão” e “excelente forma física”.

Para conseguir esse corpo ideal, tanto as celebridades quanto seus médicos são entrevistados para darem dicas sobre o que fazer. Exercícios físicos, alimentação equilibrada e tratamento estético são cruciais, segundo eles. O discurso médico é, ao lado do das celebridades, o discurso de *expert* que legitima a informação disponibilizada. Das 27 matérias avaliadas, oito possuem entrevistas com especialistas, sendo que três delas são escritas por eles em detrimento da fala do repórter.

Assim é mais fácil que as leitoras obedeçam às dicas dos profissionais de saúde do que as do repórter sobre as mudanças que elas devem fazer em seus corpos para ficarem magras e sobre como ter uma vida mais saudável e livre de doenças. São os casos das matérias do Globo Esporte, que tiram dúvidas sobre como correr ao ar livre, explicam que nem toda barrinha de cereal é saudável e ensinam receitas para que as próprias leitoras façam as delas e destacam uma doença chamada fascite plantar, que atinge majoritariamente mulheres mais velhas. Além dessas matérias, há também a da revista Glamour sobre os alimentos que engordam e a do canal GNT sobre quais são as precauções a serem tomadas se a leitora for fazer uma cirurgia plástica. Deste modo, quanto mais a leitora fica informada sobre práticas de boa saúde e formas de prevenir e curar doenças, mais seu corpo se torna uma plataforma de cuidados, responsabilidades e disciplina.

Todo esse método para se manter saudável, essa vigilância sobre o corpo e a organização para fazer várias coisas em um curto período de tempo também estão presentes no discurso dos especialistas em corpo e saúde sobre o que fazer para atingir o modelo corporal ideal. Todas as sugestões que eles dão, incluindo reformas nas dietas, exercícios e procedimentos estéticos implicam um regime disciplinar e esforço enormes. As próprias celebridades falam sobre isso, como é o caso da cantora Perlla, que teve que cortar vários alimentos de sua dieta para conseguir atingir seu peso ideal e diz ter sofrido muito no início do tratamento. Ainda assim, mesmo depois de ter emagrecido tudo o que queria, ela diz não estar satisfeita.

Essa insatisfação com a forma física é propagada pelo portal tanto pela acentuação de imperfeições corporais, como no texto sobre os cuidados que as mulheres devem ter após os 30 anos e também na própria matéria com a cantora Perlla, quanto na contínua divulgação para as leitoras dos modelos de corpos perfeitos. À medida que os corpos das famosas e seus esforços para manter a boa forma são notícias constantes, as leitoras continuam tendo novos exercícios físicos para praticarem, novas dietas para emagrecerem, novos procedimentos estéticos para se submeterem e novos modelos corporais para se espelharem. Assim, nunca estão satisfeitas com sua aparência, alimentando um ciclo infinito de oferta e demanda por tratamentos para atingir um ideal de corpo inatingível.

Esse movimento de oferta e demanda, de constante insatisfação e gestão do corpo é geral, para todas as mulheres, sendo ainda mais difícil para as mais velhas, que naturalmente não possuem mais a saúde, a disposição e a performance das mais novas, porém que ainda assim têm que se encaixar em um novo padrão de envelhecimento espelhado na juventude.

O que o portal da globo.com para as mulheres brasileiras mostrou nestes quase dois meses de funcionamento é que as pessoas de meia idade ou até mais velhas devem manter uma relação com o corpo da mesma forma que aquelas de 20, 30 anos, já que as modelos utilizadas nas matérias possuem essas idades.

Conclui-se, portanto, neste trabalho que o padrão de corpo da mulher foi mudando ao longo do tempo. Se no século XIX ele era sexuado e nas décadas de 60 e 80 ele era autoexplorado e performático, respectivamente, o corpo feminino do século XXI é, além das características citadas acima, transformável, magro, esculpido, jovem,

atualizado e insatisfeito, não importando a idade. As matérias e testes analisados nesta pesquisa buscam ditar modelos e dar dicas de saúde, beleza e moda que parecem estimular essa procura que parece ser infinita pelo corpo perfeito, um padrão que também é atualizado constantemente.

A representação do corpo feminino na mídia, porém, é um tema que tem sido amplamente estudado ao longo dos últimos anos e que deve continuar sendo pesquisado já que novos veículos têm surgido diariamente, em especial no espaço online, dando novos sentidos e significados a ele e, conseqüentemente, influenciando a construção da subjetividade de cada sujeito.

Seria ainda possível sugerir como tema a ser desenvolvidos em trabalhos futuros como o padrão de aparência identificado nesta pesquisa se relaciona com as conseqüências desse momento da história do corpo feminino no século XXI. Ansiedade, pânico, transtornos alimentares, obsessões, baixa autoestima e *bullying* são apenas alguns efeitos desse movimento de valorização das aparências a qualquer custo e a qualquer idade.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Jane Soares de. Imagens de mulher: a imprensa educacional e feminina nas primeiras décadas do século. **Revista brasileira de estudos pedagógicos**. Brasília, v. 79, n. 191, p. 31-41, jan/abr. 1998

BIRMAN, Joel. **O sujeito na contemporaneidade**: espaço, dor e desalento na atualidade. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2012, p. 53-90

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kuhner. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002

BRAUNSTEIN, Florence; PÉPIN, Jean-François. **O lugar do corpo na cultura ocidental**. Tradução de João Duarte Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1999, p. 135-189 (Coleção Epistemologia e Sociedade)

BRUNO, Fernanda. O biopoder nos meios de comunicação: o anúncio de corpos virtuais. **Comunicação mídia e consumo ESPM**. São Paulo, v. 3, n. 6, p. 63-79, mar. 2006

CARVALHO, Kátia de. A imprensa feminina no Rio de Janeiro, anos 20: um sistema de informação cultural. **Revista Ciência da Informação**. Brasília, v. 24, n.1, 1995

COX, Barbara [et al.] **Última moda**: uma história ilustrada do belo e do bizarro. Tradução de Laura Schichvarger. São Paulo: Publifolha, 2013, p. 40-43, 54, 58, 59, 244, 245

CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos visuais**: Corpos Eróticos e Metrópole Comunicacional. Tradução de Osvando J. De Moraes [et al.] São Paulo: Ateliê Editorial, 2008, p. 13-231 (Coleção Azul de Comunicação e Cultura)

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: Da aventura empreendedora à depressão nervosa. Tradução de Pedro F. Bendassolli. Aparecida, SP: Ideias e Letras, 2010, p. 9-14, 23-33, 46-56, 135-149

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: A vontade de saber. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J.A. Guilhaon de Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977, p. 9-18

FREITAS, Leila Karla Moraes Rodrigues; SILVA, Francisco Paulo da. Corpos esculpidos, sujeitos (entre)tecidos: as revistas femininas e a espetacularização do corpo. **Revista Linguagem**. São Paulo, v. 18, p. 1-18, 2012

GOLDENBERG, Mirian. Afinal, o que quer a mulher brasileira? **Psicologia Clínica**. Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 47-64, 2011.

HEYES, Cressida J. **Self-transformations**: Foucault, ethics, and normalized bodies. Oxford: University Press, 2007, p. 3-14, 89-110

JERSLEV, Anne. Makeover madness. In: Dana Heller (Org). **Makeover television: realities remodelled**. London & New York: I.B. Tauris & Co Ltd, 2007, p. 193-204

ORY, Pascal. O corpo ordinário. In: Jean-Jacques Courtine. (Org). **A história do corpo 3**: As mutações do olhar: O século XX. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011, p. 155-179

OWEN, Rebecca; SPENCER, Rebecca M.C. Body ideals in women after viewing images of typical and healthy weight models. **Body Image Journal**. v. 10, n. 4, p. 489-494, 2013.

PERROT, Michelle (Org). **História da vida privada 4**: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra. Tradução de Denise Bottmann e Bernardo Joffily. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, 572p.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**; tradução de Angela M. S. Côrrea. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013, p. 41-83

PIMENTEL, Cesar Pessoa; BRUNO, Fernanda. Corpo, sujeito e visibilidade: implicações das biotecnologias sobre a tópica da interioridade. **Interações**. São Paulo, v. 22, 2006.

PROST, Antoine. Fronteiras e espaços do privado. In: Antoine Prost e Gérard Vincent (Org). **História da vida privada 5: Da Primeira Guerra a nossos dias**. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 14-135

RAISBOROUGH, Jayne. **Lifestyle midia and formation of the self**. New York: Palgrave Macmillan, 2011

ROSE, Nicholas. **Inventing ourselves: psychology, power and personhood**. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p. 7-147, 267-277

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; FARIA, Aline Almeida de. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. **Comunicação mídia e consumo ESPM**. São Paulo, v. 4, n. 9, p. 171- 188, mar. 2007

SMIRNOVA, Michelle. A will to youth: The woman's anti-aging elixir. **Social Science & Medicine Journal**. v. 75, n. 7, p. 1236-1243, 2012

SOHN, Anne-Marie. O corpo sexuado. In: Jean-Jacques Courtine. (Org). **A história do corpo 3: As mutações do olhar: O século XX**. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011, p. 109-154

SWAMI, Viren [*et al.*]. The acceptance of cosmetic surgery scale: Initial examination of its factor structure and correlates among Brazilian adults. **Body Image Journal**. v. 8, n. 2, p. 179-185, 2011

XIMENES, Maria Alice. **Moda e arte na reinvenção do corpo feminino do século XIX**. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 103p.

7. ANEXOS



Figura 1: Exemplo de como as matérias são expostas em destaque no portal mulher.globo.com

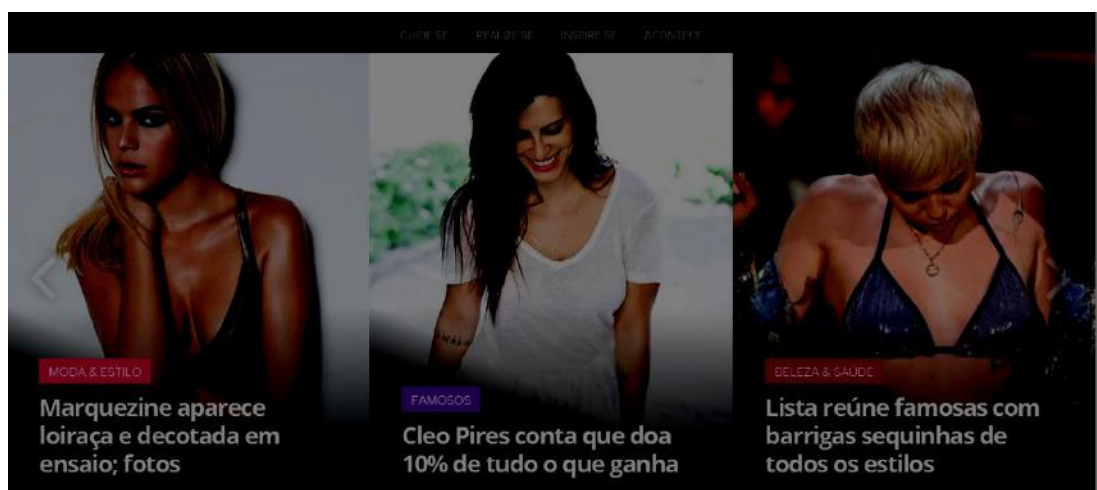


Figura 2: Mais um exemplo de como as matérias são expostas em destaque no portal mulher.globo.com

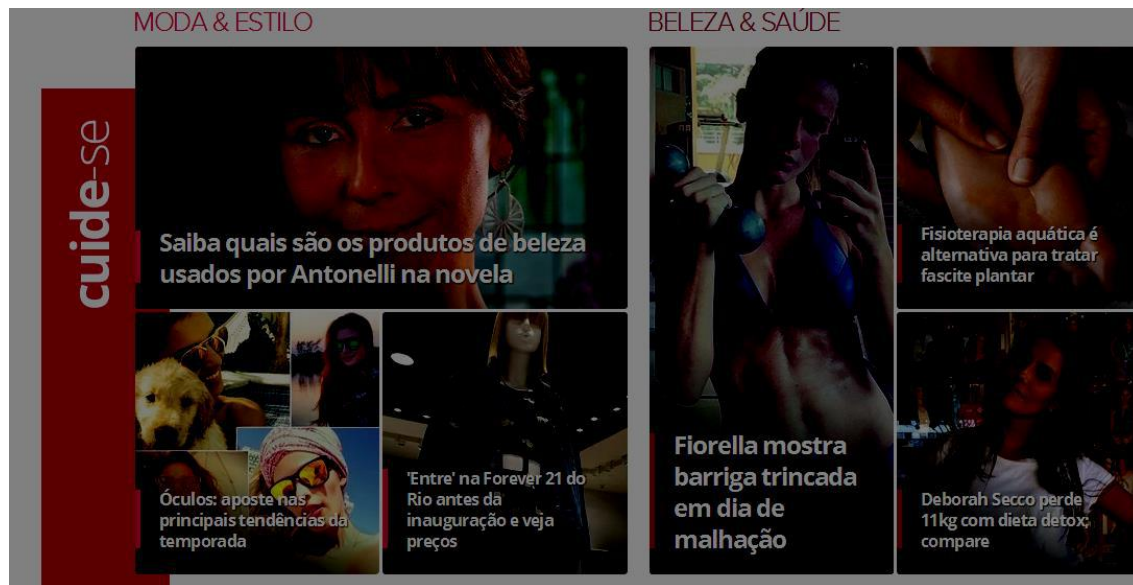


Figura 3: Exemplo de como as matérias são expostas na categoria cuide-se no portal mulher.globo.com



Figura 4: Exemplo de como os testes são expostos no portal mulher.globo.com



Figura 5: Exemplo de como as matérias são expostas na categoria realize-se no portal mulher.globo.com

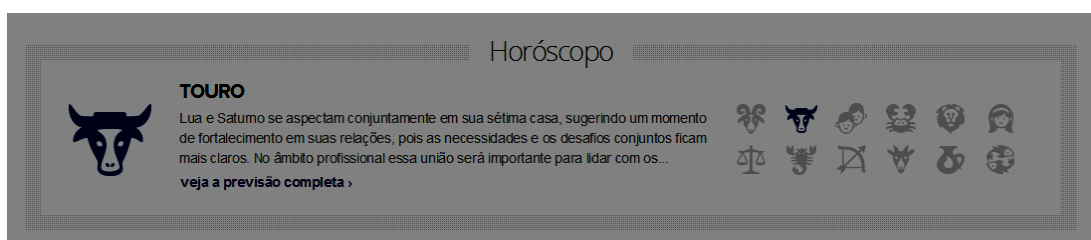


Figura 6: Exemplo de como o horóscopo é exposto no portal mulher.globo.com

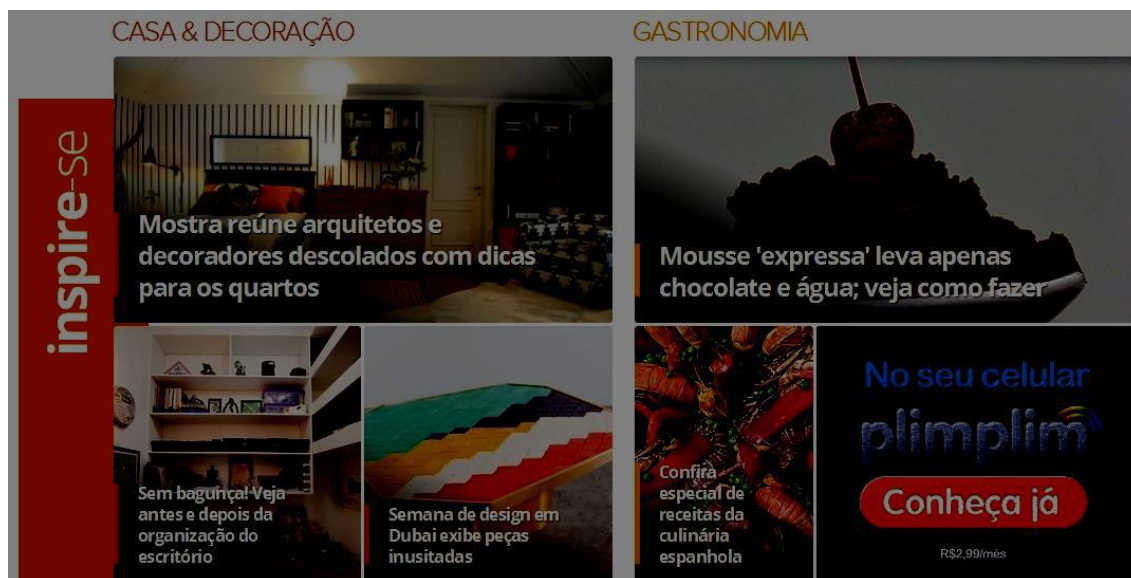


Figura 7: Exemplo de como as matérias são expostas na categoria inspire-se no portal mulher.globo.com